

Peningkatan Pemberdayaan Kelompok Perempuan Dusun Cakru'an Klopok Kuning Desa Jambuwer, Kecamatan Kromengan, Kabupaten Malang melalui Usaha Produk Olahan Pisang yang Berkelanjutan

Nilam Andalia Kurniasari*¹, Masitoh Indriani², Adhy Riadhy Arafah³, Kautsar Ismail⁴, Fitrillah I Hi Subur⁵, Catur Alam Pinandang⁶, Mochammad Rizqy Nandawaputra⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Fakultas Hukum, Universitas Airlangga, Indonesia

*e-mail: nilam@fh.unair.ac.id¹, masitoh@fh.unair.ac.id², adhy@fh.unair.ac.id³, kautsar.ismail-2022@fh.unair.ac.id⁴, fitrillah.i.hi.subur-2020@fh.unair.ac.id⁵, catur.alam.pinandang-2023@fh.unair.ac.id⁶, mochammad.rizqy.nandawaputra-2023@fh.unair.ac.id⁷

Abstrak

Program pembinaan mitra yang berfokus pada peningkatan pemberdayaan kelompok perempuan Dusun Cakru'an melalui usaha produk olahan pisang yang berkelanjutan menjadi suatu pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan pendampingan yang mencakup berbagai tahap. Tahap tersebut dimulai dari pendampingan pada peningkatan keterampilan dalam pengemasan produk hingga strategi perluasan jaringan pemasaran. Program ini juga mengintegrasikan pelatihan dasar pemasaran, khususnya pemasaran digital, guna memperluas cakupan produk mitra di pasar yang semakin dinamis. Langkah-langkah dalam pengabdian masyarakat ini didesain untuk memaksimalkan potensi mitra dalam mengembangkan produk dan mencapai lebih banyak pelanggan. Evaluasi berkala menjadi landasan untuk memastikan keberhasilan strategi pemberdayaan, sambil memberikan ruang bagi perbaikan dan peningkatan berkelanjutan. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat diarahkan pada peningkatan kemandirian ekonomi mitra, berkontribusi pada kesejahteraan keluarga, dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Kesimpulan ini menegaskan peran penting pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup dan menciptakan dampak positif dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Kata Kunci: Olahan Pisan, Pemberdayaan Perempuan, Produk Desa, SDGS, UMKM

Abstract

The partner development program which focuses on increasing the empowerment of women's groups in Cakru'an village through sustainable banana processing products becomes a service to the community with a mentoring approach that includes various stages. This stage starts from assistance in improving skills in product packaging to marketing network expansion strategies. This program also integrates basic marketing training, especially digital marketing, to expand partner product coverage in an increasingly dynamic market. These steps in community service are designed to maximize partners' potential in developing products and reaching more customers. Regular evaluation is the basis for ensuring the success of empowerment strategies, while providing room for continuous improvement and improvements. Thus, community empowerment is directed at increasing partners' economic independence, contributing to family welfare, and supporting the achievement of sustainable development goals. This conclusion emphasizes the important role of community empowerment in improving the quality of life and creating a positive impact in various aspects of community life.

Keywords: Processed Bananas, MSMes, SDGS, Village Products, Women's Empowerment

1. PENDAHULUAN

Secara etimologis, konsep pemberdayaan berasal dari kata dasar "daya," yang merujuk pada kekuatan atau kemampuan. Dengan landasan ini, pemberdayaan diartikan sebagai suatu proses untuk memperoleh atau memberikan daya, kekuatan, atau kemampuan. Ini mencakup upaya-upaya yang dilakukan untuk menguatkan atau memberikan daya kepada pihak yang mungkin kurang memiliki atau belum sepenuhnya memiliki daya, kekuatan, atau kemampuan (Sulistiyani, 2004). Sehingga pada dasarnya pemberdayaan memiliki berbagai unsur yaitu

proses, pemberian daya, kekuatan atau kemampuan kepada seseorang atau sekelompok orang yang belum memilikinya.

Sedangkan menurut Madekhan Ali, Pemberdayaan adalah suatu proses di mana seseorang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam mengontrol serta mempengaruhi berbagai peristiwa dan lembaga yang berdampak pada kehidupannya. Pemberdayaan dapat diartikan sebagai suatu proses di mana pihak yang awalnya tidak memiliki daya dapat memperoleh lebih banyak kendali terhadap kondisi atau situasi dalam kehidupannya (Widayanti, 2012). Kendali ini mencakup berbagai sumber, baik fisik maupun intelektual, serta mencakup ideologi seperti keyakinan, nilai, dan pemikiran.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pemberdayaan masyarakat adalah suatu usaha yang bertujuan meningkatkan kekuatan atau potensi dalam suatu kelompok masyarakat. Pendekatan ini dilakukan dengan memberikan dorongan, peluang, kesempatan, dan perlindungan, tanpa melakukan pengaturan atau kendali terhadap aktivitas masyarakat yang sedang diberdayakan. Fokusnya adalah mengembangkan potensi masyarakat sehingga mereka dapat meningkatkan kemampuan, mengaktualisasikan diri, dan berpartisipasi aktif melalui beragam kegiatan. Pemberdayaan Masyarakat pada dasarnya adalah suatu proses pertumbuhan dan perkembangan kekuatan masyarakat untuk ikut terlibat dalam berbagai aspek pembangunan di suatu wilayah. Dengan adanya pemberdayaan bisa melepaskan masyarakat dari keterbelakangan dan kemiskinan, sehingga masyarakat mampu bersaing dengan dunia luar.

Saat ini, perempuan telah mengemban beragam peran dalam masyarakat, termasuk mengurus keluarga dan anak, menjadi pendidik, serta mendukung suami sebagai pencari nafkah keluarga. Perubahan ini juga terlihat dalam dunia kerja, di mana perempuan kini mengisi banyak posisi penting yang sebelumnya didominasi oleh laki-laki. Bahkan, terdapat upaya menuju kesetaraan gender, yang tercermin dalam tujuan ke-8 dari 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs) yang diusung oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (United Nations).

Menurut Haryono Suyono, pemberdayaan perempuan muncul akibat diskursus gender. Istilah ini sendiri muncul karena keprihatinan bersama terhadap nasib perempuan yang telah berabad-abad terdiskriminasi (Asmara, 2017). Ada beberapa kendala mengapa perempuan masih terdiskriminasi dalam pembangunan diantaranya karena kendala struktur sosial, adanya minoritas, dan juga kendala mitos. Pemberdayaan perempuan disebut peningkatan kualitas hidup perempuan, yakni memberdayakan kaum perempuan dalam berbagai bidang, termasuk ekonomi, edukasi atau pendidikan, sosial, komunikasi, informasi dan lain sebagainya agar mereka terbebas dari belenggu kemiskinan dan keterbelakangan. Pemberdayaan perempuan dalam keluarga dan masyarakat sangat penting untuk mendongkrak keterpurukan. Kaum perempuan memiliki potensi untuk berkembang. Kaum perempuan memiliki banyak potensi yang tidak dimiliki oleh kaum laki-laki. Salah satu potensi yang dimiliki perempuan ialah bisa melakukan peran ganda yaitu, peran sebagai istri, peran sebagai ibu dan peran sebagai anggota masyarakat. Keterwakilan kaum perempuan dalam segala bidang berpengaruh besar terhadap kualitas hidup perempuan tersebut

Program pemberdayaan perempuan dalam konteks kehidupan keluarga dapat menjadi sarana efektif menuju perbaikan kesejahteraan keluarga. Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga, penting bagi perempuan untuk memainkan peran yang signifikan dalam mendukung ketahanan ekonomi keluarga. Situasi ini memberikan insentif kuat bagi perempuan untuk terlibat dalam kegiatan pekerjaan tambahan guna meningkatkan pendapatan keluarga (Boediono, 1993).

Dusun Cakru'an Klop Kuning terletak di Desa Jambuwer, Kecamatan Kromengan, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Dusun tersebut berada pada ketinggian 433 mdpl di kaki Gunung Kawi. Suhu rata-rata di wilayah tersebut berkisar antara 20 hingga 25 derajat celcius. Kondisi geografis dan iklim dusun tersebut menjadikan sektor pertanian sebagai potensi unggulan. Tanah abu-abu bertekstur lempung dengan campuran abu vulkanik dari Gunung Kawi merupakan jenis tanah yang paling umum ditemui di dusun tersebut. Tekstur tanah tersebut merupakan tanah yang subur dan mengandung unsur hara tinggi yang sangat cocok untuk

menumbuhkan hampir semua jenis sayuran, buah, dan tanaman lainnya yang bernilai ekonomi. Kontur wilayah Dusun Cakru'an Klop Kuning termasuk wilayah yang berbukit-bukit.

Secara administratif Dusun Cakru'an Klop Kuning berada dalam wilayah Desa Jambuwer, Kecamatan Kromengan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Hanya saja lokasi dusun tersebut benar-benar berada di perbatasan Kabupaten Malang dan Kabupaten Blitar. Tugu tapal batas kedua kabupaten tersebut hanya berjarak 500 meter dari pusat dusun. Lokasi tersebut sangat strategis bagi masyarakat dusun sebab mereka dapat memasarkan produk mereka ke kedua kabupaten dengan lebih mudah.

Dusun Cakru'an Klop Kuning menghasilkan komoditas pertanian berupa padi, jagung, ubi jalar, cabai, kacang tanah, dan kacang panjang. Namun demikian, padi dan jagunglah yang menjadi komoditas utama dusun tersebut. Tanaman buah-buahan juga cukup banyak ditemui di dusun tersebut. Salak pondoh, pisang, rambutan, durian, langsep, alpukat, jambu air, sawo, dan belimbing merupakan tanaman buah yang banyak terdapat di lokasi tersebut. Adapun komoditas perkebunan di Dusun Cakru'an Klop Kuning dan dusun-dusun lainnya di Desa Jambuwer diantaranya adalah kelapa, kopi, cengkeh, kakao, tebu, dan tembakau. Oleh sebab itu pengembangan terhadap pengelolaan hasil perkebunan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan taraf kehidupan dari warga Dusun Cakru'an Klop Kuning Desa Jambuwer. Selain itu, mayoritas penduduknya memiliki mata pencaharian di sektor pertanian, baik sebagai petani, buruh tani maupun peternak.

Sugianti Ningsing, atau yang lebih dikenal dengan panggilan Ibu Riono adalah seorang Ibu rumah tangga yang memiliki usaha dalam membuat olahan pisang di Dusun Cakru'an Klop Kuning. Saat ini di Rumah Produksi Ibu Riono yang berada di Dusun Cakru'an Klop Kuning melakukan pengolahan makanan atau cemilan dari Pisang yang kemudian dijadikan sebagai kripik. Ada 4 jenis kripik yang berhasil dijadikan olahan sejak tahun 2018 yaitu Kripik Pisang, Pisang Crispy, Kripik Udel dan Kripik Sale. Yang menarik dari bahan baku utama pembuatan kripik-kripik tersebut adalah bahwa hanya ada dua jenis pisang yang dapat dijadikan bahan baku pembuatan kripik pisang tersebut, yaitu Pisang Rojo Awak (Gambar 1) dan Rojo Nongko (Gambar 2).



Gambar 1. Pisang Rojo Awak



Gambar 2. Pisang Rojo Nongko

Pisang rojo awak adalah salah satu jenis pisang yang dapat dimakan dan dibudidayakan di Indonesia. Pisang rojo awak termasuk dalam kelompok kultivar pisang AABB, yang merupakan hasil persilangan antara *musa acuminata* dan *musa balbisiana* (Sunandar dan Kahar, 2017). Nama pisang rojo awak juga dikenal dengan nama lain di berbagai daerah, seperti Ducasse di Australia, Kayinja di Uganda, Kluai Nam Wa di Thailand, Chek Nam Va di Kamboja, dan Lagkitan atau Botolan di Filipina. Pisang rojo awak memiliki buah yang berukuran sedang, berwarna kuning kehijauan, dan berdaging tebal. Pisang rojo awak dapat dimakan segar atau diolah menjadi berbagai produk, seperti sale (pisang kering), rambak pisang (keripik pisang), atau bahan pembuatan minuman beralkohol (Sunandar dan Kahar, 2017). Sedangkan Pisang rojo nongko adalah salah satu jenis pisang yang populer di Indonesia, terutama di Jawa Tengah. Pisang rojo nongko memiliki nama latin *musa x paradisiaca*, yang merupakan hasil persilangan antara *musa acuminata* dan *musa balbisiana*¹. Pisang rojo nongko termasuk dalam kelompok pisang angka, yang memiliki ciri khas buah yang tetap berwarna hijau meskipun sudah masak.

Ibu Riono menjadi pelopor di Dusun Cakru'an Klop Kuning dengan usahanya dalam membuat kripik dari pisang Rojo Awak dan Rojo Nongko. Kedua jenis pisang liar tersebut jarang dikonsumsi langsung oleh masyarakat karena banyak biji di dalam daging pisang yang tidak dapat dikonsumsi. Sebagai akibatnya, nilai ekonomi pisang-pisang tersebut rendah, hanya sekitar Rp. 15.000,- per tangkai, meskipun satu tangkai mengandung lebih dari 15 sisir pisang. Masyarakat cenderung tidak mengambil pisang-pisang tersebut, sehingga pisang tersebut seringkali membusuk di pohonnya.

Perlu dicatat bahwa pisang Rojo Awak dan Rojo Nongko sulit dibedakan saat masih mentah karena ukurannya sama dan berwarna hijau. Namun, perbedaan muncul ketika pisang Rojo Nongko sudah matang, warnanya berubah menjadi kuning, sedangkan pisang Rojo Awak tetap hijau saat matang. Secara tekstur, daging pisang Rojo Nongko lebih lembut daripada pisang Rojo Awak. Meskipun rasa keduanya hampir mirip dengan pisang Raja, pisang Rojo Nongko dan Rojo Awak memiliki rasa yang lebih asam. Keasaman pada kedua jenis pisang tersebut memberikan sensasi kesegaran alami buah yang bahkan tetap terjaga ketika diolah menjadi keripik.

Ibu Riono memulai usaha pembuatan keripik pada tahun 2018 menggunakan pisang Rojo Awak dan Rojo Nongko yang dapat diperoleh di Dusun Cakru'an tanpa biaya, karena tanaman ini tumbuh secara liar di pinggir jalan dan tebing. Ketersediaan tanaman secara gratis, ditambah dengan cita rasa yang cocok untuk diolah menjadi keripik, menjadi alasan utama Ibu Riono memilih kedua jenis pisang tersebut sebagai bahan baku untuk usahanya. Setelah berusaha kurang lebih 5 tahun mulai dari tahun 2018, perkembangan usaha dari Ibu Riono tampak minim, hal ini disebabkan adanya permasalahan-permasalahan yang tak dapat Ibu Riono tangani sendiri.

Latar belakang pengabdian masyarakat ini muncul dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra kami. Salah satu permasalahan yang teridentifikasi adalah kurangnya keterampilan dan pengetahuan mitra terkait pengemasan produk. Hal ini melibatkan aspek-aspek penting seperti ramah lingkungan, higienis, daya tarik visual, dan kemampuan untuk memperpanjang masa produksi. Keterbatasan dalam hal ini dapat mempengaruhi kualitas dan daya saing produk mitra di pasaran.

Permasalahan lain yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya tenaga produksi terampil yang mampu mengolah pisang menjadi produk makanan selain kripik. Dalam era perkembangan industri makanan, diversifikasi produk menjadi hal yang krusial untuk meningkatkan daya jual dan mencapai pangsa pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, kebutuhan akan tenaga produksi yang terampil dalam mengolah pisang menjadi berbagai produk makanan menjadi suatu kebutuhan mendesak.

Dengan mengidentifikasi permasalahan ini, pengabdian masyarakat bertujuan untuk memberikan solusi dan peningkatan pada keterampilan, pengetahuan, serta sumber daya manusia terkait pengemasan produk yang ramah lingkungan dan pengolahan pisang menjadi produk makanan beragam. Diharapkan melalui intervensi yang tepat, mitra dapat mengoptimalkan potensinya dan meningkatkan daya saing produk di pasaran.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini disusun dengan durasi waktu satu tahun, yang akan dibagi ke dalam tiga tahapan dengan jangka waktu masing-masing sebanyak empat bulan atau setiap caturwulan. Setiap tahap memiliki fokus dan tujuan tersendiri sehingga pelaksanaannya menjadi terstruktur dan sistematis. Pada caturwulan pertama, fokus pengabdian adalah peningkatan pengetahuan mitra terkait kemasan produk yang bersifat ramah lingkungan, higienis, menarik, dan mampu memperpanjang masa konsumsi. Pada caturwulan berikutnya, mitra akan dibimbing untuk memperluas variasi produk dari pisang rojo nongko dan rojo awak. Sedangkan pada caturwulan terakhir, sebagai tahap akhir, mitra akan mendapatkan pelatihan strategi pemasaran untuk memperluas pasar produknya.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini ditekankan pada inovasi, mengingat inovasi menjadi elemen kunci yang tak terpisahkan dari dunia usaha. Inovasi mencerminkan esensi dan semangat yang mendukung kelangsungan hidup dan perkembangan usaha terutama usaha kecil dan menengah yang berada di desa. Saat ini, potensi untuk berinovasi dapat muncul dari berbagai pihak, tanpa memandang skala perusahaan (Sasono dan Rahmi, 2014). Inovasi tidak hanya menjadi milik pengusaha besar, melainkan juga menjadi tanggung jawab pengusaha kecil untuk memastikan kelangsungan usahanya dengan terus melakukan inovasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Tahap I: Peningkatan Pengetahuan Mitra terhadap Kemasan Ramah Lingkungan, Higienis, Menarik dan Memperpanjang Masa Konsumsi Produk

Tahapan pertama dari pengabdian masyarakat ini akan difokuskan pada peningkatan pengetahuan mitra terkait kemasan produk yang bersifat ramah lingkungan, higienis, menarik, dan dapat memperpanjang masa konsumsi. Peningkatan ini diharapkan mampu membawa daya saing baru dengan memahami bahwa daya saing melibatkan kemampuan suatu industri untuk menunjukkan keunggulan dalam berbagai aspek (Kusnandar, et.al., 2021). Dalam konteks ini, aspek penting dalam persaingan adalah faktor yang memberikan kelebihan atau keunggulan (Wardhani dan Agustina, 2014). Menurut Kotler & Armstrong (2011), pengertian kemasan adalah proses merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus untuk suatu produk (Kottler, 2001). Fungsi utama dari kemasan tersebut adalah untuk melindungi produk sehingga kualitasnya tetap terjaga.

Peningkatan nilai jual produk dapat tercapai dengan memberikan nilai tambah melalui desain kemasan yang menarik. Sebaliknya, citra produk sangat terkait dengan penampilan fisik produk itu sendiri. Dalam pikiran konsumen, produk akan menjadi lebih jelas ketika diproduksi dan dikemas dengan baik. Dengan kata lain, produk yang dihasilkan akan memberikan kesan positif dan nilai tambah bagi konsumen.

Penyediaan penyuluhan dan pelatihan kepada mitra tentang pentingnya kemasan yang ramah lingkungan, higienis, dan memiliki manfaat dalam memperpanjang masa konsumsi produk. memberikan informasi tentang bahan-bahan kemasan yang dapat didaur ulang, dapat terurai dengan cepat, atau ramah lingkungan lainnya. Hal ini sejalan dengan penerapan mitra yang sudah menerapkan konsep sustainable development goals (SdGS) dalam pembuatan produk olahan pisang yang dilakukan oleh mitra. Hal ini dapat menjadi lebih baik lagi apabila mitra kemudian berhasil menggunakan metode tersebut dalam kemasan produknya.

Pembuatan materi promosi yang menyoroti manfaat kemasan yang ramah lingkungan, higienis, dan menarik. Penggunaan poster, brosur, atau video singkat yang dapat membantu mitra memahami pentingnya penggunaan kemasan yang tepat. Memastikan agar kemudian informasi yang disampaikan mudah dipahami dan dapat menarik perhatian mitra

Tidak hanya itu, kemitraan dengan ahli lingkungan dan desainer dianggap krusial untuk memberikan saran dan rekomendasi tentang penggunaan kemasan yang ramah lingkungan, higienis, menarik, dan efektif. Dengan kemitraan ini, diharapkan produk dan kemasan yang dihasilkan sesuai dengan standar berkelanjutan, yang melibatkan penggunaan Life Cycle

Inventory (LCI) dan Life Cycle Assessment (LCA) sebagai panduan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan jejak ekologis. Tujuan akhir dari langkah-langkah ini adalah untuk menciptakan kemasan yang berkelanjutan atau sustainable packaging (Anggalih, 2022), yang bertujuan untuk menciptakan sistem yang berkelanjutan, meningkatkan keberlanjutan, kualitas hidup manusia, dan kelangsungan ekosistem dalam jangka panjang.

Tahap ini mengakibatkan peningkatan kemasan produk. Kemasan yang menarik, fungsional, dan informatif dapat memberikan nilai tambah bagi produk. Mitra harus melakukan perbaikan dan inovasi pada desain, material, dan informasi yang tercetak pada kemasan untuk memperkuat citra merek dan menarik minat konsumen. Dalam tahapan perbaikan dan inovasi kemasan, yang diperlukan adalah pemahaman mengenai pentingnya inovasi terbaru pada kemasan yang digunakan oleh mitra.



Gambar 3 Kemasan Setelah Pengabdian Masyarakat



Gambar 4. Kemasan Sebelum Pengabdian Masyarakat

3.2. Tahap II: Pembinaan Mitra untuk Peningkatan Variasi Produk

Pembinaan yang dilaksanakan pada Tahap kedua bertujuan untuk mendorong mitra agar mampu meningkatkan variasi produk pisang yang dihasilkan. Fokusnya adalah menciptakan diversifikasi atau peningkatan variasi produk, yang diharapkan dapat memberikan kekayaan dan daya tarik yang lebih besar kepada konsumen. Melalui pembinaan yang tepat, mitra diharapkan dapat mengembangkan beragam produk berbasis makanan, minuman, camilan, atau produk-produk lainnya (Hendirani dan Nulhaqim, 2008). Peningkatan inovasi dalam proses produksi juga menjadi tujuan, dimana diharapkan mitra dapat menghadirkan ciri khas dalam penanganan olahan pisang rojog nongko dan rojog awak.

Langkah-langkah dalam pembinaan ini mencakup identifikasi kebutuhan sebagai tahap awal. Identifikasi ini melibatkan evaluasi terhadap keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan yang dibutuhkan untuk mengelola usaha olahan produk pisang. Peningkatan pengetahuan produk dan bahan baku menjadi aspek penting untuk memastikan mitra dan karyawan memahami produk yang dihasilkan dan bahan baku yang digunakan. Hal ini mencakup karakteristik dasar produk dan persiapan terhadap permintaan pasar yang berpotensi berbeda.

Penelitian dan pengembangan produk baru menjadi langkah berikutnya setelah identifikasi kebutuhan. Tahap ini melibatkan inovasi dan pengembangan produk sesuai dengan tuntutan dan keinginan pasar (Sugiyono, 2019). Mitra diharapkan memperhatikan aspek kualitas, nilai tambah, dan daya tarik produk baru yang akan ditawarkan. Proses ini melibatkan eksplorasi ide-ide baru dan konsep produk yang dapat menciptakan nilai unik dalam pasaran.

Pelatihan menjadi tahap yang krusial dalam implementasi pembinaan. Setelah identifikasi kebutuhan, pemilihan jenis pelatihan yang sesuai dilakukan, diikuti oleh implementasi pada anggota kelompok perempuan di desa mitra. Pelatihan dapat diselenggarakan melalui workshop dan pertemuan langsung, melibatkan pemateri yang komprehensif, praktis, dan mudah dipahami. Pemateri yang berpengalaman dalam bidang produksi olahan pisang menjadi kunci utama, khususnya dalam aspek Teknik Produksi yang fokus pada teknik pengemasan, standar kebersihan, dan pengendalian kualitas produk.

Evaluasi dan pembaruan menjadi tahap terakhir dalam proses pembinaan. Evaluasi secara berkala diarahkan untuk mengidentifikasi keberhasilan, hambatan, dan peluang perbaikan yang dapat dilakukan. Dari hasil evaluasi tersebut, langkah-langkah pembaruan dan perbaikan dapat diambil untuk terus meningkatkan kualitas dan keberlanjutan usaha olahan produk pisang. Proses ini merupakan langkah yang penting dalam memastikan kesinambungan dan perkembangan positif dari usaha mitra.

3.3. Tahap III: Pelatihan Strategi Marketing untuk Memperluas Pasar Produk

Tujuan dari pelatihan strategi pemasaran kepada mitra adalah agar mereka dapat memperluas pangsa pasar produk mereka. Selain daripada hal tersebut, peningkatan pemahaman pasar melalui strategi pemasaran dapat mendorong pemahaman mitra mengenai pasar mereka, tren pasar serta kebutuhan dan preferensi konsumen. Dapat juga dikatakan hal ini untuk menganalisis pesaing dari mitra sehingga mampu memberikan masukan tentang pengembangan rencana pemasaran yang efektif dan berujung pada ekspansi pasar yang lebih luas. Dengan pelatihan strategi pemasaran yang tepat, mitra dapat memperluas pangsa pasar produk mereka dengan lebih efektif. Pelatihan ini membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang kuat, memahami target pasar, dan memaksimalkan potensi produk mereka.

Evaluasi pasar dan identifikasi peluang menjadi tahapan awal yang sangat penting dalam upaya diversifikasi produk. Pada tahap ini, dilakukan evaluasi pasar secara komprehensif dengan tujuan mengidentifikasi peluang-peluang baru yang dapat dijelajahi dalam kerangka diversifikasi produk. Mitra akan mendapatkan bantuan untuk memahami secara lebih mendalam kebutuhan dan preferensi pelanggan. Analisis tren pasar dan pemahaman terhadap keunggulan pesaing juga menjadi fokus pada tahap ini, mengarah pada pemahaman yang lebih baik terkait dinamika pasar.

Selanjutnya, tahap ini juga melibatkan rincian terhadap segmentasi pasar dengan tujuan melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap pasar. Dengan mengidentifikasi segmen yang berpotensi dan dapat dijadikan sebagai target strategis konsumen, mitra dapat merancang strategi pemasaran yang lebih terarah. Evaluasi potensi pasar yang komprehensif menjadi landasan untuk menentukan peluang mana yang layak untuk dikejar. Aspek evaluasi ini mencakup berbagai dimensi, seperti ukuran pasar, potensi pertumbuhan, hingga pangsa pasar yang dapat direbut oleh produk-produk hasil diversifikasi.

Dengan melakukan evaluasi pasar dan identifikasi peluang yang matang, mitra akan dapat merancang rencana aksi yang lebih terarah dan berbasis pada pemahaman yang mendalam terhadap kondisi pasar. Proses ini merupakan langkah kritis dalam memastikan bahwa diversifikasi produk yang dihasilkan memiliki dasar yang kuat dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan konsumen.

Pelatihan marketing dasar menjadi tahapan berikutnya dalam mendukung mitra dalam memasarkan produk dengan lebih efektif. Dalam tahap ini, mitra akan mendapatkan pendampingan dan pelatihan dasar yang mencakup penyampaian materi mengenai keunikan

dan nilai jual produk mereka. Tujuan dari pelatihan ini adalah agar produk mitra dapat dikenal secara luas oleh masyarakat.

Salah satu aspek yang akan difokuskan dalam pelatihan ini adalah pentingnya pemasaran digital. Menurut Raharja dan Natara (2021), pemasaran secara digital adalah proses penjualan produk yang memanfaatkan jaringan internet sebagai sarana pemasaran. Peningkatan pemahaman mitra dalam bidang pemasaran, khususnya dalam konteks digital marketing, dianggap sangat menguntungkan untuk mendukung perluasan produk mereka (Batubara, et.al, 2022). Konsep pemasaran dan pemasaran digital saat ini telah menjadi fokus utama bagi banyak bisnis. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada mitra tentang bagaimana digital marketing dapat berperan dalam memperluas jaringan pemasaran produk, terutama untuk produk-produk khas daerah. Pemasaran digital memiliki peran penting dalam menciptakan jaringan pemasaran yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional (Lubis, et al, 2022).

Dengan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep pemasaran dan pemasaran digital, diharapkan mitra dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Langkah ini juga sejalan dengan perkembangan tren bisnis yang semakin mengarah ke pemanfaatan teknologi dan internet dalam memasarkan produk. Melalui pelatihan ini, mitra diharapkan dapat mengembangkan kemampuan pemasaran mereka dengan lebih baik, sehingga dapat mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan keberhasilan produk di pasaran.

Peningkatan jaringan pemasaran merupakan tahap yang melibatkan strategi untuk memperluas cakupan mitra dalam pemasaran produk. Mitra perlu diberdayakan untuk menjalin kemitraan yang kuat dengan pihak-pihak terkait, seperti distributor, toko ritel, atau platform e-commerce (Lubis, et.al., 2022). Dengan memperluas jaringan pemasaran, perusahaan dapat mengakses lebih banyak pelanggan potensial dan meningkatkan daya jangkauan produknya. Upaya ini juga akan ditingkatkan melalui penerapan teknologi pemasaran yang efektif. Mitra kemudian mendapatkan bimbingan untuk memahami dan memanfaatkan secara optimal media sosial, meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran digital, dan memahami perilaku konsumen guna meningkatkan targeting. Penguatan aspek-aspek ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam upaya memperluas jaringan pemasaran.

Evaluasi dan pembaruan menjadi tahap terakhir dalam rangka memastikan kesuksesan strategi pemasaran yang telah diterapkan. Mitra akan diberikan panduan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap upaya pemasaran yang telah dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mengukur keberhasilan dan efektivitas strategi pemasaran yang telah diimplementasikan, sekaligus mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Dari hasil evaluasi tersebut, langkah-langkah pembaruan dan peningkatan dapat diambil untuk terus meningkatkan kualitas pemasaran, sehingga produk mitra tetap bersaing di pasar yang semakin dinamis.

4. KESIMPULAN

Peningkatan Pemberdayaan Kelompok Perempuan Dusun Cakru'an Klopok Kuning Desa Jambuwir, Kecamatan Kromengan, Kabupaten Malang Melalui Usaha Produk Olahan Pisang yang Berkelanjutan harus dimulai dengan pembinaan mitra dalam program pemberdayaan masyarakat yang melibatkan serangkaian tahapan komprehensif. Mulai dari peningkatan keterampilan dalam pengemasan produk, pelatihan pemasaran dasar hingga strategi perluasan jaringan pemasaran, program ini bertujuan memperkuat daya saing mitra dalam memasarkan produknya. Pemberdayaan mitra juga mencakup aspek digital marketing dan pemanfaatan teknologi untuk mencapai lebih banyak pelanggan potensial. Evaluasi dan pembaruan berkala menjadi langkah penting dalam memastikan keberhasilan strategi pemberdayaan, dengan memberikan ruang bagi perbaikan dan peningkatan berkelanjutan. Keseluruhan program ini diarahkan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi mitra serta memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan masyarakat di sekitarnya.

Melalui pendekatan ini, diharapkan bahwa mitra dapat mengoptimalkan potensinya dalam pengembangan produk dan pemasaran, menciptakan dampak positif pada kesejahteraan

keluarga, dan memberikan sumbangsih pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Kesimpulan ini menegaskan pentingnya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan dampak positif bagi berbagai sektor dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina., Rulyanti Susi Wardhani. Yulia. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI DAYA SAINGPADA SENTRA INDUSTRI MAKANAN KHAS BANGKA DI KOTAPANGKALPINANG." *Jurnal Unej* 10, no. 2 (2014). <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>.
- Anggalih, Nanda Nini. "Analisis Perbandingan Kemasan Berkelanjutan Dengan Berbahan Dasar Material Alam" 22, no. 1 (2022): 8–17. <https://doi.org/10.9744/nirmana.22.1.8-17>.
- Asmara, Anugerah Yuka. "Implementasi Program Pelatihan Pemberdayaan Perempuan," 2017, 127–37.
- Batubara, Silviana, Fithra Maharani, and Makhrani Makhrani. "Pengembangan Usaha Ukm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital." *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 1023–32. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1237>.
- Boediono. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE, 1993.
- Dewi, Mariena, Musa Hubeis, and Etty Riani. "Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT MadaniFood, Jakarta)." *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 15, no. 1 (2020): 77–83.
- Kotler. P., & Armstrong G. *Principle of Marketing*. Pearson Prentice Hall: Global Edition, 2001.
- Kusnandar, Kusnandar, Mohamad Harisudin, R. Kunto Adi, Rr. Aulia Qonita, Isti Khomah, Erlyna Wida Riptanti, and Nuning Setyowati. "Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Ukm Murni Snack." *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2021): 320. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.34958>.
- Lubis, Tona Aurora, Novita Ekasari, Ade Perdana Siregar, Universitas Jambi, Kampus Pinang, Masak Mendalo, and Universitas Jambi. "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Perluasan Pangsa Pasar Produk Souvenir Di Desa Pudak Kabupaten Muaro Jambi" 4, no. 1 (2022): 7–11.
- Nulhaqim, Susi Hendirani dan Soni A. "Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mitra Binaan PT (Persero) Pelabuhan Indonesia I Cabang Dumai." *Jurnal Kependudukan Padjadjaran*, no. July (2008): 1–23. <https://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2015/03/JURNAL-PENGARUH-PELATIHAN-DAN-PEMBINAAN-DALAM-MENUMBUHKAN.pdf>.
- Rahmi, Eko Sasono &. "Manajemen Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah." *JURNAL STIE SEMARANG* 6, no. 3 (2014): 79–40. <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/0Ahp/jurnal/article/view/122/95>.
- Sugiyono. "METODE PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN (Research and Development/ R&D)," 2019, 38.
- Sulistiyani. *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gaya Media, 2004.
- Sunandar, Ari, and Adi Pasah Kahar. "Morphology and Anatomy Characteristic of Pisang Awak (Musa Paradisiaca Cv. Awak) in West Kalimantan." *Biosaintifika: Journal of Biology & Biology Education* 9, no. 3 (2017): 579. <https://doi.org/10.15294/biosaintifika.v9i3.11258>.
- Widayanti, Sri. "Pemberdayaan Masyarakat : Pendekatan Teoritis." *Ilmu Kesejahteraan Sosial* 1, no. 1 (2012): 87–102.

Halaman Ini Dikосongkan