

Pengembangan Produk Snack Berbasis Pisang Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM

Riyanti^{1*}, Irma Hakim², Wanda Laksniyunita³, Yeheskial Nggandung⁴, Lisna Bantulu⁵

¹Universitas Amir Hamzah, Jl. Pancing Pasar V Barat, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20219

²Universitas Muhammadiyah Makassar, Jl. Sultan Alauddin No.259, Gn. Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90221

³Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, Jl. Terusan Halimun No.37, Lingkar Selatan, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40263

⁴Universitas Nusa Cendana, Jl. Matani Raya, Lasiana, Kec. Klp. Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur

⁵Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman No.6, Dulalowo Timur, Kec. Kota Tengah, Kota Gorontalo, Gorontalo 96128

E-mail: riyantihasim@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6036>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 22 Maret 2026

Revised: 28 Maret 2026

Accepted: 7 April 2026

Kata Kunci

Pengembangan Produk Snack,
Pisang Lokal, Daya Saing
UMKM

Keywords

Snack Product Development,
Local Banana,
Competitiveness of MSMEs



ABSTRACT

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM melalui pengembangan produk snack berbasis pisang lokal. Metode pelaksanaan yang digunakan mencakup pelatihan teknis, demonstrasi, serta pendampingan berkelanjutan yang berorientasi pada peningkatan keterampilan produksi, diversifikasi produk, dan penguatan manajemen usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan mitra, yang tercermin pada kemampuan mengolah bahan baku secara lebih higienis dan efisien, serta menghasilkan produk yang lebih variatif dan inovatif. Selain itu, terjadi peningkatan kualitas produk dan konsistensi proses produksi, disertai dengan penguatan identitas produk melalui branding dan inovasi kemasan. Dalam aspek pemasaran, mitra mulai mengadopsi strategi yang lebih luas, termasuk pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dampak lain yang teridentifikasi adalah meningkatnya kemandirian dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola usaha, serta bertambahnya potensi ekonomi melalui peningkatan volume produksi dan diversifikasi pasar. Meskipun demikian, pelaksanaan program masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya, inkonsistensi dalam penerapan standar kualitas, dan kesenjangan literasi teknologi. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM berbasis potensi lokal, serta membuka peluang pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan

This community service program aims to increase the capacity and competitiveness of MSMEs through the development of local banana-based snack products. Implementation methods include technical training, demonstrations, and ongoing mentoring focused on improving production skills, product diversification, and strengthening business management. The results of the program indicate a significant increase in partners' knowledge and skills, reflected in their ability to process raw materials more hygienically and efficiently, and to produce more varied and innovative products. Furthermore, product quality and production process consistency have improved, along with a strengthening of product identity through branding and packaging innovation. In terms of marketing, partners have begun adopting broader strategies, including the use of digital media to expand market reach. Other identified impacts include increased independence and self-confidence among MSMEs in managing their businesses, as well as increased economic potential through increased production volume and market diversification. However, program implementation still faces challenges such as limited resources, inconsistent implementation of quality standards, and gaps in technological literacy. Overall, this program has made a significant

contribution to strengthening the capacity and competitiveness of MSMEs based on local potential, as well as opening up opportunities for more sustainable business development.



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

How to Cite: Riyanti et al (2026). Pengembangan Produk Snack Berbasis Pisang Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6036>

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menunjukkan peran yang sangat signifikan dalam menopang perekonomian nasional (Kesya Nafisa et al., 2024). Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang mampu bertahan dalam berbagai situasi krisis (Salsabila & Nurullah, 2026). Namun demikian, di tengah dinamika persaingan pasar yang semakin kompleks, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam hal inovasi produk, kualitas, dan daya saing (Andy Endra Krisna, 2024). Kondisi ini menuntut adanya upaya pengembangan yang berkelanjutan agar UMKM dapat terus eksis dan berkembang.

Salah satu potensi lokal yang cukup melimpah di berbagai daerah di Indonesia adalah komoditas pisang. Tanaman ini tidak hanya mudah dibudidayakan, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi apabila dikelola secara tepat (Nurahman et al., 2024). Sayangnya, pemanfaatan pisang di tingkat masyarakat masih cenderung terbatas pada konsumsi segar atau olahan sederhana yang belum memiliki nilai tambah optimal (Ivan's et al., 2026). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya yang tersedia dengan kemampuan pengolahan yang dimiliki oleh pelaku UMKM.

Di sisi lain, perkembangan industri makanan ringan atau snack mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin praktis (Andi & Rosnawintang, 2025). Permintaan terhadap produk snack yang variatif, berkualitas, dan memiliki nilai unik terus meningkat dari waktu ke waktu. Kondisi ini sebenarnya membuka peluang yang besar bagi UMKM untuk mengembangkan produk berbasis bahan baku lokal, termasuk pisang, sebagai alternatif usaha yang menjanjikan (Shafa et al., 2024).

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam hal pengetahuan dan keterampilan pengolahan produk (S. H. Putri et al., 2024). Proses produksi yang masih tradisional, kurangnya inovasi dalam varian rasa dan bentuk, serta keterbatasan dalam aspek pengemasan menjadi kendala utama yang menghambat peningkatan daya saing produk (Tri et al., 2025). Akibatnya, produk yang dihasilkan sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah lebih dahulu berkembang di pasar modern.

Selain itu, aspek pemasaran juga menjadi tantangan yang tidak kalah penting. Banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan distribusi produk (Dwijayanti et al., 2022). Padahal, di era digital saat ini, pemasaran berbasis online menjadi salah satu strategi efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Nurlinda Sari et al., 2025). Keterbatasan literasi digital ini menyebabkan produk UMKM kurang dikenal, meskipun memiliki potensi kualitas yang baik.

Permasalahan lain yang turut mempengaruhi daya saing UMKM adalah rendahnya standar kualitas produk. Hal ini mencakup aspek kebersihan, daya tahan produk, hingga konsistensi rasa. Tanpa adanya standar produksi yang jelas, produk snack berbasis pisang sulit memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin selektif (Zandroto et al., 2025). Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan yang tidak hanya berfokus pada produksi, tetapi juga pada peningkatan kualitas secara menyeluruh.

Dalam konteks ini, pengembangan produk snack berbasis pisang lokal menjadi salah satu strategi yang relevan untuk meningkatkan nilai tambah komoditas tersebut. Melalui inovasi dalam pengolahan, pisang dapat diubah menjadi berbagai jenis snack yang menarik, seperti keripik dengan berbagai varian rasa, banana chips modern, hingga olahan berbasis tepung pisang (Astiko et al., 2025). Inovasi ini tidak hanya meningkatkan nilai jual, tetapi juga memperluas segmentasi pasar.

Lebih lanjut, pengembangan produk ini juga dapat mendorong terciptanya diferensiasi produk di pasar. Dengan menghadirkan ciri khas tertentu, baik dari segi rasa, bentuk, maupun kemasan, produk UMKM dapat memiliki identitas yang kuat (R. D. Putri et al., 2025). Diferensiasi ini menjadi penting

dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, khususnya dengan produk-produk dari industri besar yang memiliki sumber daya lebih unggul (Firsta Agdies Eka Nugroho et al., 2025).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ini menjadi sangat relevan sebagai bentuk kontribusi akademisi dalam menjawab permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Melalui pendekatan yang partisipatif, akademisi dan mahasiswa dapat berperan dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat. Pendampingan yang dilakukan diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM secara berkelanjutan.

Selain aspek teknis produksi, pengabdian ini juga dapat mencakup pelatihan dalam hal manajemen usaha. Pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, perencanaan usaha, serta strategi pemasaran menjadi hal yang penting untuk dikuasai oleh pelaku UMKM (Ummul Khair et al., 2025). Dengan manajemen yang baik, usaha yang dijalankan dapat berkembang secara lebih terarah dan berkelanjutan.

Pengemasan produk juga menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan snack berbasis pisang (Reni et al., 2025). Kemasan yang menarik dan informatif tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi dengan konsumen (Setiawardhani, 2025). Melalui desain kemasan yang tepat, produk dapat memiliki daya tarik visual yang mampu meningkatkan minat beli (Putra et al., 2020).

Tidak kalah penting, aspek legalitas produk seperti izin edar dan sertifikasi juga perlu diperhatikan. Produk yang telah memiliki legalitas akan lebih mudah diterima oleh pasar, terutama jika ingin memasuki jaringan distribusi yang lebih luas seperti toko modern atau platform e-commerce. Oleh karena itu, pendampingan dalam pengurusan legalitas menjadi bagian integral dari upaya peningkatan daya saing UMKM.

Pengembangan produk berbasis pisang lokal juga memiliki implikasi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan meningkatnya nilai tambah produk, pendapatan pelaku UMKM diharapkan dapat meningkat (Jannah et al., 2026). Hal ini pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Di samping itu, pemanfaatan bahan baku lokal secara optimal juga dapat mendukung ketahanan pangan berbasis kearifan lokal. Dengan mengurangi ketergantungan pada bahan baku impor, masyarakat dapat lebih mandiri dalam memenuhi kebutuhan pangan (Dwinafiah & Hasan, 2023). Ini menjadi langkah strategis dalam menghadapi dinamika ekonomi global yang tidak menentu.

Kegiatan pengabdian ini juga memiliki nilai strategis dalam membangun sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat. Kolaborasi ini tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga menjadi sarana bagi akademisi untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan secara nyata. Dengan demikian, tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara dunia akademik dan masyarakat.

Lebih jauh lagi, keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan ini memberikan pengalaman praktis yang sangat berharga. Mahasiswa dapat belajar langsung mengenai dinamika sosial dan ekonomi masyarakat, sekaligus mengembangkan kemampuan *problem solving*. Pengalaman ini menjadi bekal penting dalam membentuk sumber daya manusia yang kompeten dan berdaya saing.

Dalam jangka panjang, pengembangan produk snack berbasis pisang lokal diharapkan dapat menciptakan ekosistem usaha yang lebih kuat. Dengan adanya inovasi yang berkelanjutan, UMKM dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini menjadi kunci utama dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin dinamis.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pengembangan produk snack berbasis pisang lokal bukan hanya sekadar upaya peningkatan nilai tambah, tetapi juga merupakan strategi komprehensif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ini menjadi sangat penting untuk dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi nyata dalam pembangunan ekonomi berbasis masyarakat.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dengan mengedepankan pendekatan partisipatif, aplikatif, serta berorientasi pada keberlanjutan usaha. Berikut adalah beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, diantaranya yaitu:

Tahap Identifikasi Permasalahan dan Analisis Kebutuhan Mitra

Tahap awal dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada proses identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM), khususnya yang bergerak dalam pengolahan produk berbasis pisang lokal. Kegiatan ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif dalam proses penggalian informasi. Teknik yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam, serta diskusi kelompok terarah (focus group discussion).

Melalui tahapan ini, tim pelaksana berupaya memperoleh gambaran komprehensif mengenai kondisi eksisting usaha, mencakup aspek produksi, kualitas produk, variasi olahan, strategi pemasaran, hingga kendala dalam inovasi produk. Analisis kebutuhan kemudian dilakukan secara sistematis untuk merumuskan prioritas intervensi yang relevan dengan potensi lokal serta kapasitas mitra. Dengan demikian, program yang dirancang tidak bersifat top-down, melainkan berbasis kebutuhan riil yang dirasakan oleh pelaku UMKM.

Tahap Perencanaan Program dan Penyusunan Modul

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan dan analisis kebutuhan, tahap selanjutnya adalah menyusun perencanaan program yang terstruktur dan aplikatif. Pada tahap ini, tim pengabdian merancang model pengembangan produk snack berbasis pisang lokal yang inovatif, dengan mempertimbangkan aspek nilai tambah, daya simpan, cita rasa, serta daya tarik visual produk.

Perencanaan juga mencakup penyusunan modul pelatihan, materi pendampingan, serta penentuan metode penyampaian yang sesuai dengan karakteristik mitra. Selain itu, disusun pula indikator keberhasilan program sebagai tolok ukur capaian kegiatan. Tahap ini menjadi krusial karena menentukan arah implementasi program secara keseluruhan, sehingga diperlukan pendekatan yang sistematis dan berbasis pada prinsip keberlanjutan.

Tahap Sosialisasi dan Peningkatan Kesadaran Mitra

Tahap sosialisasi dilakukan sebagai upaya awal untuk membangun pemahaman dan kesadaran mitra terkait pentingnya inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pertemuan kelompok yang melibatkan pelaku usaha, tokoh masyarakat, serta pihak terkait lainnya.

Dalam tahap ini, tim pengabdian menyampaikan urgensi pengembangan produk berbasis pisang lokal sebagai strategi diversifikasi usaha yang potensial. Selain itu, diberikan pula pemahaman mengenai tren pasar, preferensi konsumen, serta pentingnya kualitas dan branding produk. Proses sosialisasi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif, sehingga mampu menumbuhkan motivasi dan komitmen mitra untuk terlibat secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan.

Tahap Pelatihan Teknis Pengolahan Produk Snack Berbasis Pisang

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian yang berfokus pada peningkatan kapasitas teknis mitra dalam mengolah pisang lokal menjadi produk snack yang bernilai tambah tinggi. Pelatihan dilakukan secara praktis dan aplikatif dengan metode demonstrasi dan praktik langsung. Materi pelatihan meliputi teknik pemilihan bahan baku berkualitas, proses pengolahan yang higienis, inovasi varian produk (seperti keripik pisang aneka rasa, brownies pisang, stik pisang, dan produk lainnya), serta teknik pengemasan yang menarik dan sesuai standar. Selain itu, peserta juga dibekali dengan pengetahuan mengenai standar keamanan pangan dan manajemen produksi sederhana. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan mitra tidak hanya mampu memproduksi secara mandiri, tetapi juga menghasilkan produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi di pasar.

Tahap Pendampingan Intensif dan Inkubasi Usaha

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan tahap pendampingan intensif guna memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dapat diimplementasikan secara berkelanjutan. Pendampingan dilakukan secara berkala melalui kunjungan lapangan maupun komunikasi daring. Dalam tahap ini, tim pengabdian berperan sebagai fasilitator yang membantu mitra dalam mengatasi berbagai kendala teknis maupun non-teknis, seperti konsistensi kualitas produk, efisiensi produksi, hingga strategi pemasaran. Pendampingan juga mencakup aspek penguatan kelembagaan usaha, seperti pencatatan keuangan sederhana, pengurusan perizinan produk (misalnya PIRT), serta pengembangan jaringan pemasaran. Tahap ini bersifat inkubatif, di mana mitra didorong untuk berkembang secara mandiri dengan tetap mendapatkan dukungan yang terarah.

Tahap Pengembangan Branding dan Strategi Pemasaran Produk

Dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM, pengembangan produk tidak hanya berhenti pada aspek produksi, tetapi juga perlu didukung oleh strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, pada

tahap ini dilakukan pelatihan dan pendampingan terkait branding produk, desain kemasan, serta strategi pemasaran digital.

Mitra diberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas merek yang kuat, penggunaan label yang informatif, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Selain itu, diperkenalkan pula konsep pemasaran berbasis storytelling yang dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Dengan pendekatan ini, diharapkan produk snack berbasis pisang lokal tidak hanya dikenal di pasar lokal, tetapi juga memiliki peluang untuk menembus pasar yang lebih luas.

Tahap Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkelanjutan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program serta tingkat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Monitoring dilakukan selama proses kegiatan berlangsung, sedangkan evaluasi dilakukan pada akhir program. Indikator yang digunakan meliputi peningkatan keterampilan mitra, jumlah dan variasi produk yang dihasilkan, peningkatan kualitas produk, serta perkembangan omzet usaha. Selain itu, evaluasi juga mencakup aspek partisipasi mitra dan keberlanjutan program. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan refleksi untuk memperbaiki kekurangan serta merumuskan rekomendasi pengembangan program di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan capaian yang bersifat multidimensional, mencakup aspek peningkatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi produk, penguatan identitas usaha, serta perluasan akses pasar. Seluruh capaian tersebut diperoleh melalui rangkaian kegiatan yang terintegrasi antara edukasi, pelatihan teknis, dan pendampingan berkelanjutan, sehingga memberikan dampak yang tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga berpotensi memperkuat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Berikut hasil dan pembahasan dari kegiatan pengabdian ini, yaitu:

Peningkatan Kapasitas Pengetahuan dan Keterampilan Mitra dalam Pengolahan Produk

Salah satu capaian utama yang dapat diidentifikasi dari implementasi program pengabdian ini terletak pada peningkatan kapasitas kognitif dan keterampilan teknis pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemanfaatan pisang lokal sebagai bahan baku utama produk olahan. Sebelum kegiatan berlangsung, praktik produksi yang dijalankan oleh sebagian besar mitra masih bersifat konvensional, ditandai dengan keterbatasan variasi produk serta minimnya penerapan standar pengolahan yang memperhatikan aspek mutu dan higienitas. Kondisi tersebut secara tidak langsung berimplikasi pada rendahnya daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis.

Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan, meliputi pelatihan intensif, demonstrasi teknis, serta pendampingan berkelanjutan, terjadi proses transfer pengetahuan dan keterampilan yang cukup signifikan. Mitra tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai pentingnya seleksi bahan baku berkualitas, tetapi juga mampu menginternalisasi praktik-praktik pengolahan yang sesuai dengan prinsip keamanan pangan dan standar produksi yang lebih baik. Transformasi ini tercermin dari meningkatnya ketelitian dalam memilih pisang dengan tingkat kematangan yang optimal, penerapan teknik pengolahan yang lebih efisien, serta kesadaran terhadap kebersihan alat dan lingkungan produksi.

Peningkatan kapasitas tersebut juga termanifestasi dalam kemampuan mitra untuk melakukan diversifikasi produk secara kreatif dan inovatif. Jika sebelumnya produk olahan yang dihasilkan cenderung monoton, pasca pelaksanaan program mitra mampu mengembangkan berbagai varian produk yang lebih beragam, seperti keripik pisang dengan inovasi cita rasa, produk berbasis tepung pisang yang memiliki nilai guna lebih luas, hingga pengembangan snack modern yang disesuaikan dengan preferensi konsumen masa kini. Kemampuan ini menunjukkan adanya pergeseran pola pikir dari sekadar produksi berbasis kebiasaan menuju pendekatan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar. Hasil ini didukung oleh penelitian (Jannah et al., 2026) yang menyatakan bahwa setelah mengikuti program, terdapat adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah pisang menjadi produk pisang krispi dengan tekstur renyah, variasi rasa yang menarik, dan kemasan yang lebih bernilai jual.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kapasitas teknis semata, tetapi juga mendorong terbentuknya sikap profesional dan adaptif di kalangan pelaku UMKM. Peningkatan ini menjadi fondasi penting dalam memperkuat posisi mitra sebagai pelaku usaha yang lebih kompeten, inovatif, serta memiliki kesiapan untuk bersaing dalam ekosistem usaha yang terus berkembang.

Terwujudnya Diversifikasi Produk Snack Berbasis Pisang Lokal

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini turut menghasilkan capaian strategis dalam bentuk perluasan diversifikasi produk olahan berbasis pisang lokal yang secara nyata melampaui kondisi awal mitra. Pada fase pra-intervensi, produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM umumnya masih bersifat homogen, dengan variasi yang terbatas baik dari sisi inovasi rasa maupun bentuk olahan. Pola produksi yang demikian cenderung mencerminkan ketergantungan pada praktik lama yang belum sepenuhnya responsif terhadap dinamika preferensi konsumen yang terus berkembang.

Seiring dengan implementasi program yang mencakup proses edukasi, pelatihan teknis, serta pendampingan intensif, terjadi transformasi dalam kemampuan mitra untuk mengembangkan produk yang lebih variatif dan bernilai tambah. Diversifikasi yang dihasilkan tidak hanya terlihat pada penambahan varian rasa, tetapi juga mencakup inovasi pada aspek tekstur, metode pengolahan, hingga bentuk penyajian produk yang lebih menarik dan modern. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas kreatif sekaligus keberanian mitra dalam melakukan eksplorasi produk, yang sebelumnya relatif terbatas.

Diversifikasi produk tersebut memberikan implikasi yang signifikan terhadap peningkatan nilai ekonomi usaha. Produk yang lebih beragam memungkinkan mitra untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, mulai dari konsumen tradisional hingga kelompok pasar yang memiliki preferensi terhadap produk inovatif dan kekinian. Dengan demikian, produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai jual yang lebih tinggi, tetapi juga daya saing yang semakin kuat di tengah persaingan pasar yang kian kompetitif.

Di sisi lain, penggunaan pisang lokal sebagai bahan baku utama menjadi elemen penting yang memperkuat identitas produk. Pendekatan ini tidak hanya mendukung optimalisasi potensi sumber daya daerah, tetapi juga memberikan diferensiasi yang khas dibandingkan produk sejenis di pasaran. Identitas berbasis lokalitas tersebut berpotensi menjadi nilai tambah tersendiri, terutama dalam menarik minat konsumen yang memiliki kecenderungan terhadap produk autentik dan berbasis kearifan lokal.

Peningkatan Kualitas Produk dan Standarisasi Proses Produksi

Capaian lain yang memiliki signifikansi tinggi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah terjadinya peningkatan kualitas produk olahan yang dihasilkan oleh mitra UMKM. Peningkatan tersebut tidak hanya bersifat parsial, melainkan mencakup berbagai dimensi mutu produk secara menyeluruh, mulai dari aspek organoleptik seperti cita rasa dan tekstur, hingga karakteristik fisik yang berkaitan dengan daya simpan serta tampilan visual produk. Produk yang dihasilkan pasca intervensi menunjukkan kualitas yang lebih konsisten, rasa yang lebih seimbang, tekstur yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen, serta penyajian yang lebih menarik secara estetis.

Transformasi kualitas ini tidak terlepas dari adanya perbaikan dalam proses produksi yang sebelumnya masih dilakukan secara sederhana dan kurang terstandar. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, mitra mulai mengadopsi prinsip-prinsip produksi yang lebih sistematis, efisien, dan higienis. Kesadaran terhadap pentingnya kebersihan lingkungan produksi, penggunaan peralatan yang layak, serta pengendalian proses pengolahan menjadi semakin meningkat. Selain itu, mitra juga mulai memahami urgensi penerapan standar operasional prosedur (SOP) dalam setiap tahapan produksi, yang mencakup pemilihan dan penanganan bahan baku, proses pengolahan, hingga teknik pengemasan yang tepat.

Peningkatan kualitas produk ini juga tercermin dalam kemampuan mitra untuk menjaga konsistensi hasil produksi, yang merupakan salah satu faktor kunci dalam membangun kepercayaan konsumen. Produk yang dihasilkan tidak lagi bersifat fluktuatif dalam hal rasa dan tekstur, melainkan menunjukkan standar mutu yang relatif stabil. Di sisi lain, inovasi dalam aspek kemasan turut memberikan kontribusi terhadap peningkatan persepsi nilai produk, sehingga lebih menarik dan memiliki daya jual yang lebih tinggi di pasaran.

Dengan tercapainya peningkatan kualitas tersebut, produk olahan berbasis pisang lokal yang dihasilkan oleh mitra tidak hanya memenuhi standar kelayakan konsumsi yang lebih baik, tetapi juga memiliki peluang yang lebih besar untuk menembus pasar yang lebih luas dan kompetitif. Potensi untuk memasuki jaringan distribusi yang lebih formal, seperti pasar ritel modern, menjadi semakin terbuka, seiring dengan terpenuhinya aspek kualitas, keamanan, dan daya tarik produk. Oleh karena itu,

peningkatan kualitas ini dapat dipandang sebagai fondasi penting dalam memperkuat posisi usaha mitra dalam ekosistem bisnis yang lebih profesional dan berkelanjutan.

Penguatan Identitas Produk melalui Branding dan Inovasi Kemasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini juga memberikan kontribusi yang signifikan pada aspek non-produksi, khususnya dalam penguatan branding dan pengemasan produk sebagai elemen strategis dalam pengembangan usaha. Pada tahap awal sebelum intervensi program dilakukan, sebagian besar mitra UMKM belum memiliki identitas merek yang terdefinisi secara jelas. Produk yang dihasilkan cenderung dipasarkan tanpa diferensiasi yang kuat, dengan kemasan yang masih sederhana, kurang menarik secara visual, serta minim informasi yang dapat mendukung kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen.

Melalui rangkaian pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, mitra mulai memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pentingnya identitas merek sebagai representasi nilai, karakter, dan keunikan produk. Proses ini tidak hanya berhenti pada aspek konseptual, tetapi juga diimplementasikan secara praktis melalui pengembangan nama merek, desain logo, serta penyusunan label produk yang informatif. Identitas visual yang dihasilkan menjadi lebih konsisten dan mampu mencerminkan karakteristik produk berbasis pisang lokal, sehingga memberikan kesan profesional dan mudah dikenali oleh konsumen.

Selain itu, aspek pengemasan produk juga mengalami transformasi yang cukup signifikan. Kemasan yang sebelumnya bersifat sederhana dan kurang fungsional kini telah berkembang menjadi lebih estetis dan ergonomis, dengan mempertimbangkan aspek perlindungan produk, kemudahan distribusi, serta daya tarik visual. Mitra mulai memahami pentingnya pemilihan bahan kemasan yang sesuai, teknik penyegelan yang tepat, serta penyajian informasi produk yang mencakup komposisi, tanggal produksi, dan identitas produsen. Perbaikan ini tidak hanya meningkatkan kualitas tampilan produk, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan konsumen.

Penguatan pada aspek branding dan pengemasan tersebut memiliki implikasi yang luas terhadap daya saing produk di pasar. Produk tidak lagi dipandang semata-mata dari sisi fungsional sebagai barang konsumsi, melainkan juga sebagai entitas yang memiliki nilai simbolik dan emosional. Identitas merek yang kuat mampu membangun persepsi positif di benak konsumen, sementara kemasan yang menarik dapat menjadi faktor penentu dalam menarik perhatian di titik penjualan. Dengan demikian, nilai tambah yang dihasilkan tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga mencakup dimensi perseptual yang berperan penting dalam memengaruhi preferensi dan loyalitas konsumen.

Peningkatan Pemahaman dan Implementasi Strategi Pemasaran

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian ini juga memperlihatkan adanya peningkatan yang cukup signifikan dalam pemahaman mitra terkait penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Pada kondisi awal, sebagian besar mitra masih mengandalkan pola pemasaran konvensional yang terbatas pada lingkup lokal, seperti penjualan langsung atau titip jual di warung sekitar. Pendekatan tersebut, meskipun masih relevan dalam konteks tertentu, cenderung membatasi jangkauan pasar serta peluang pertumbuhan usaha secara lebih luas.

Seiring dengan pelaksanaan program yang mencakup edukasi dan pendampingan intensif, mitra mulai diperkenalkan pada berbagai alternatif saluran pemasaran yang lebih variatif, termasuk pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan distribusi produk. Proses ini tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan teknis, tetapi juga mendorong perubahan perspektif mitra dalam memandang pemasaran sebagai aspek strategis yang terintegrasi dengan proses produksi. Mitra mulai memahami bahwa keberhasilan usaha tidak semata ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengkomunikasikan nilai produk kepada konsumen secara efektif.

Lebih lanjut, mitra memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai konsep segmentasi pasar, yang memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi kelompok konsumen yang paling potensial serta menyesuaikan karakteristik produk dengan preferensi pasar tersebut. Selain itu, pemahaman mengenai penetapan harga yang kompetitif juga mengalami peningkatan, di mana mitra mulai mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya produksi, daya beli konsumen, serta harga pasar sebagai dasar dalam menentukan strategi harga. Dalam aspek promosi, mitra juga mulai mengadopsi teknik-teknik yang lebih kreatif dan persuasif, termasuk penggunaan konten visual yang menarik serta narasi produk yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

Implementasi dari pengetahuan tersebut mulai terlihat dalam praktik, di mana beberapa mitra telah secara aktif memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produknya. Aktivitas pemasaran daring

ini memberikan dampak yang cukup nyata, terutama dalam hal perluasan jangkauan pasar yang tidak lagi terbatas pada wilayah sekitar, serta peningkatan potensi volume penjualan. Keberadaan kanal digital juga membuka peluang bagi mitra untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, menerima umpan balik, serta menyesuaikan strategi pemasaran secara lebih responsif. Dengan demikian, perubahan ini mencerminkan adanya transformasi pola pikir yang cukup mendasar pada diri mitra, dari yang semula berorientasi sebagai produsen semata menjadi pelaku usaha yang lebih strategis dan adaptif dalam mengelola bisnisnya.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian (Zulfikar et al., 2025) menjelaskan bahwa setelah mengikuti program, mitra berhasil memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memasarkan produk mereka, yang memperluas akses pasar tidak hanya di wilayah lokal, tetapi juga di luar daerah.

Peningkatan Kemandirian dan Kepercayaan Diri Pelaku UMKM

Di samping capaian pada aspek teknis dan ekonomi, pelaksanaan kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak yang cukup signifikan pada dimensi psikologis mitra, khususnya terkait peningkatan kepercayaan diri dan kemandirian dalam mengelola usaha. Pada fase awal sebelum intervensi program, sebagian mitra masih menunjukkan keraguan dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam hal mengambil keputusan strategis, melakukan inovasi produk, maupun menghadapi dinamika pasar. Kondisi ini tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan, pengalaman, serta minimnya eksposur terhadap praktik usaha yang lebih modern dan kompetitif.

Melalui pendekatan pendampingan yang bersifat partisipatif dan berkelanjutan, terjadi proses penguatan kapasitas internal mitra yang tidak hanya menyentuh aspek kognitif dan keterampilan, tetapi juga membangun aspek afektif berupa rasa percaya diri. Mitra mulai menunjukkan keberanian dalam mengeksplorasi ide-ide baru, mencoba variasi produk yang sebelumnya belum pernah dikembangkan, serta mengambil inisiatif dalam menentukan arah pengembangan usaha. Perubahan ini mencerminkan adanya peningkatan self-efficacy, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara mandiri.

Peningkatan kemandirian mitra dapat diamati dari kemampuan mereka dalam menjalankan seluruh rangkaian proses usaha tanpa ketergantungan yang berlebihan pada pihak eksternal. Mitra tidak hanya mampu mengelola proses produksi secara lebih terstruktur, tetapi juga menunjukkan inisiatif dalam melakukan inovasi produk serta aktif mencari dan memanfaatkan peluang pasar yang tersedia. Kemampuan untuk mengambil keputusan secara mandiri, termasuk dalam hal produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha, menjadi indikator bahwa mitra telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam kapasitas kewirausahaan.

Dampak psikologis ini memiliki arti yang sangat penting dalam konteks keberlanjutan program pengabdian. Kepercayaan diri dan kemandirian merupakan fondasi utama yang memungkinkan mitra untuk terus berkembang meskipun program pendampingan telah berakhir. Dengan adanya penguatan pada aspek ini, mitra tidak hanya menjadi penerima manfaat program, tetapi juga bertransformasi menjadi pelaku usaha yang lebih resilien, adaptif, dan proaktif dalam menghadapi berbagai tantangan.

Peningkatan Potensi Ekonomi dan Daya Saing UMKM

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara nyata memberikan kontribusi terhadap peningkatan potensi ekonomi mitra UMKM, yang tercermin melalui berbagai indikator perkembangan usaha. Salah satu indikator yang paling menonjol adalah meningkatnya kapasitas produksi, baik dari segi kuantitas maupun kontinuitas. Mitra yang sebelumnya berproduksi dalam skala terbatas kini menunjukkan kemampuan untuk meningkatkan volume produksi secara lebih terencana, seiring dengan meningkatnya permintaan dan kepercayaan pasar terhadap produk yang dihasilkan. Di samping itu, keberagaman produk yang semakin luas juga menjadi faktor pendukung dalam memperkuat struktur pendapatan usaha.

Tidak hanya itu, peningkatan variasi produk tidak hanya memperkaya portofolio usaha, tetapi juga membuka peluang bagi mitra untuk menjangkau segmen pasar yang lebih beragam. Dengan adanya diferensiasi produk, mitra memiliki fleksibilitas dalam menyesuaikan penawaran dengan preferensi konsumen yang heterogen. Hal ini secara langsung berimplikasi pada potensi peningkatan pendapatan, karena produk yang lebih variatif cenderung memiliki daya tarik yang lebih tinggi serta mampu menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan produk yang bersifat homogen.

Daya saing UMKM mitra juga mengalami penguatan yang cukup signifikan. Peningkatan ini tidak hanya ditopang oleh aspek kualitas produk yang lebih baik, tetapi juga oleh kemampuan mitra dalam melakukan inovasi secara berkelanjutan serta mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih efektif. Produk yang dihasilkan pasca program menunjukkan kesiapan yang lebih tinggi untuk bersaing di pasar yang lebih luas, baik dalam konteks pasar lokal maupun peluang ekspansi ke pasar yang lebih formal. Dalam konteks ini, produk olahan berbasis pisang lokal berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu produk unggulan daerah yang memiliki identitas khas dan nilai jual kompetitif.

Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menghasilkan dampak yang bersifat jangka pendek, seperti peningkatan produksi dan penjualan, tetapi juga menciptakan fondasi yang kuat bagi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Mitra tidak hanya memperoleh manfaat ekonomis secara langsung, tetapi juga memiliki peluang untuk terus mengembangkan usahanya melalui inovasi, perluasan pasar, serta penguatan kapasitas internal.

Tantangan Implementasi Program

Dalam implementasi program ditemukan sejumlah tantangan yang perlu menjadi perhatian, diantaranya yaitu:

1. Keterbatasan Sumber Daya

Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi peralatan produksi maupun akses terhadap bahan pendukung yang berkualitas. Beberapa pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi pengolahan yang lebih modern karena keterbatasan modal usaha. Kondisi ini berimplikasi pada belum optimalnya penerapan inovasi yang telah diperkenalkan selama kegiatan.

2. Kurangnya Konsistensi Penerapan Standar Kualitas

Tantangan berikutnya berkaitan dengan belum optimalnya konsistensi pelaku UMKM dalam menerapkan standar kualitas produk. Meskipun pelaku UMKM telah memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru, tidak semua mampu menerapkannya secara berkelanjutan. Faktor kebiasaan lama, keterbatasan waktu, serta tuntutan produksi harian seringkali menjadi penghambat dalam menjaga kualitas produk secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku produksi memerlukan waktu dan pendampingan yang lebih intensif.

3. Perbedaan Tingkat Literasi Teknologi

Tantangan lain yang muncul berkaitan dengan perbedaan tingkat literasi teknologi di antara pelaku UMKM. Sebagian peserta mampu menunjukkan kemampuan adaptasi yang relatif cepat dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran, namun sebagian lainnya masih menghadapi kesulitan dalam memahami dan mengoperasikan teknologi tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan kapasitas digital yang perlu diatasi melalui pendekatan pembelajaran yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian ini, maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada pengembangan produk snack berbasis pisang lokal memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM. Program ini secara nyata mampu mendorong terjadinya peningkatan kapasitas pengetahuan dan keterampilan mitra, yang ditandai dengan perbaikan dalam praktik pengolahan, pemilihan bahan baku, serta penerapan prinsip produksi yang lebih higienis dan terstandar.

Selain itu, kegiatan ini juga berhasil mendorong terwujudnya diversifikasi produk yang lebih variatif dan inovatif. Mitra tidak lagi terpaku pada pola produksi yang bersifat monoton, melainkan mulai mengembangkan berbagai jenis olahan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan dan preferensi pasar. Peningkatan kualitas produk dan penerapan standarisasi proses produksi juga menjadi capaian penting yang mendukung peningkatan daya saing UMKM. Produk yang dihasilkan menunjukkan kualitas yang lebih konsisten, baik dari segi rasa, tekstur, maupun tampilan visual.

Disisi lain, penguatan pada aspek branding dan kemasan juga turut memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan nilai jual produk, sehingga tidak hanya unggul secara fungsional, tetapi juga memiliki daya tarik secara visual dan emosional. Kegiatan ini juga turut mendorong perubahan pola pikir mitra dalam mengelola usaha, khususnya dalam memahami pentingnya strategi pemasaran yang

terintegrasi. Mitra mulai menunjukkan kemampuan dalam memanfaatkan berbagai saluran pemasaran, termasuk media digital, serta lebih adaptif dalam menentukan segmentasi pasar dan strategi promosi.

Dari aspek non-teknis, peningkatan kemandirian dan kepercayaan diri mitra menjadi capaian yang tidak kalah penting. Mitra menunjukkan perkembangan dalam kemampuan mengambil keputusan, melakukan inovasi, serta mengelola usaha secara lebih mandiri. Sehingga pelaku UMKM tidak lagi bergantung pada intervensi eksternal, melainkan mampu berkembang secara otonom.

Meskipun demikian, dalam implementasinya masih ditemukan beberapa tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, belum optimalnya konsistensi dalam penerapan standar kualitas, serta adanya kesenjangan literasi teknologi di antara mitra. Tantangan-tantangan tersebut menunjukkan bahwa proses pemberdayaan memerlukan pendekatan yang berkelanjutan dan adaptif, agar hasil yang telah dicapai dapat dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini dapat dinilai berhasil dalam meningkatkan kapasitas, kualitas, serta daya saing UMKM berbasis potensi lokal. Dampak program ini juga tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga mampu memberikan kontribusi yang berkelanjutan bagi pengembangan ekonomi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, serta partisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Tanpa adanya sinergi dan kolaborasi dari berbagai pihak, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik dan mencapai hasil sebagaimana yang diharapkan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para pelaku UMKM sebagai mitra kegiatan yang telah bersedia berpartisipasi secara aktif, terbuka terhadap proses pembelajaran, serta menunjukkan komitmen yang tinggi dalam mengikuti setiap tahapan kegiatan. Selanjutnya, penghargaan diberikan kepada tim pelaksana, serta pihak-pihak terkait lainnya yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk tenaga, pemikiran, dan waktu selama pelaksanaan kegiatan. Penulis menyadari bahwa pelaksanaan kegiatan ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, segala bentuk dukungan, kritik, dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa yang akan datang. Semoga hasil kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM serta kontribusi nyata bagi masyarakat secara luas.

REFERENSI

- Andi Sri, W.N., & Rosnawintang, E. (2025). *Pemahaman Daya Saing Produk Halal Pada Industri Makanan Ringan Oleh -Oleh Khas Di Kabupaten Kolaka. Jurnal Progres Ekonomi Pembangunan* 10(1), 405-418.
- Andy Endra Krisna. (2024). Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 66–81. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i4.4514>
- Astiko, W., Yarti, S., Idyawati, I., Azhari, B. S. V., Wati, K., Tanadi, S. N., Nu'aimah, S. O., Juhanda, R. A., Haqqi, A. D., Ramadhan, I. M., & Ramdhani, A. I. (2025). Penguatan UMKM Lokal Melalui Inovasi dan Digitalisasi: Studi Kasus Keripik Pisang di Desa Tratak. *Jurnal Gema Ngabdi*, 7(1), 22–29. <https://doi.org/10.29303/jgn.v7i1.549>
- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Jurnal Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68–75. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2408>
- Dwinafiah, R., & Hasan, S. A. Z. (2023). Optimalisasi Produksi Perikanan Berkualitas Berbasis Digital yang Aman, dan Ramah Lingkungan Sebagai Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pesisir. *Riset Sains Dan Teknologi Kelautan*, 6(2), 141–146. <https://doi.org/10.62012/sensistek.v6i2.31731>
- Firsta Agdies Eka Nugroho, Rika Rismayanti, & Ganjar Santika. (2025). Strategi Pemasaran dan Diferensiasi Produk dalam Menghadapi Persaingan Impor. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 78–88. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2271>
- Ivan's, E., Novita, N., Mandala, W., Indaryati, S., & Ambarsari, N. (2026). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Produk Olahan Tepung Pisang Janten untuk Penguatan Ekonomi Desa

- Tegal Yoso, Kecamatan Purbolinggo. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 6(1), 291–300. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2474>
- Jannah, M., Furqonuddin, A., & Hibatullah, M. (2026). *Pemberdayaan umkm melalui inovasi produk pisang krispi sebagai upaya peningkatan nilai tambah ekonomi masyarakat*. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 7–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.47080/abdikarya.v8i1.4555>
- Kesya Nafisa, S., Albaris, M. S., Agustina, D. R., Junianda, M., Izzania, T., & Nada, N. S. (2024). Peran Usaha-Usaha Kecil Di Palembang Terhadap Perekonomian Nasional. *Journal of Economics and Business*, 2(1), 118–132. <https://doi.org/10.61994/econis.v2i1.471>
- Nurahman, I. S., Aziz, S., & Sudradjat, S. (2024). Pemberdayaan Petani Berbasis Pengembangan Pisang Unggulan di Kabupaten Ciamis. *Abdimas Galuh*, 6(2), 1145. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.14324>
- Nurlinda Sari, Risky Laras Syari, Rio, Humairo, & Abdul Pandi. (2025). Strategi Pemasaran yang Efektif untuk UMKM di Era Digital. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.787>
- Putra, N. N., Purwidiani, N., Kristiastuti, D., & Nur, C. A. (2020). Analisis Jenis Dan Desain Kemasan Snack Keripik Singkong Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Tata Boga*, 9(2), 701–707.
- Putri, R. D., Maison, W., Alfiana, Y., Deslanisa, M., Fitriani, G., & Nurlisafani, N. (2025). Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Produk Pada Umkm Kota Solok. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(4), 2627–2635. <https://doi.org/10.70248/jmie.v2i4.2747>
- Putri, S. H., Yeni, Y., Tripermata, L., & Mutaqin, Z. (2024). Pelatihan Pembuatan Produk Lokal Menjadi Rolade Tahu Bagi Ibu-Ibu Desa Alai Selatan Kecamatan Lembak. *Abdimas Galuh*, 6(2), 2059. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.15904>
- Reni, R., Syam, A., Tahir, S., Rakib, M., & Halim, N. (2025). Pengembangan Kemasan Produk dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Keripik Pisang Tanduk Reguni Kabupaten Luwu Timur. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 8545–8555. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3280>
- Salsabila & Nurullah, M. (2026). *Peran UMKM dalam Penguatan Modal Sosial dan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Indonesia: Perspektif Pendidikan*. *Journal of Educational Psychology and Social*, 1(1), 1–8.
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen. *Komunikata57 Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(1), 152–162. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1888>
- Shafa, T. A., Nurhazizah, N., Nazwa, K. T., Safitri, C., Sari, I. M., & Harianto, H. (2024). Pembuatan Kripik Dengan Memanfaatkan Limbah Batang Pisang Sebagai Sarana Peluang Bisnis (UMKM) Ibu-ibu Rumah Tangga Di Desa Jaharun B Kecamatan Galang. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 98–106. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i6.1752>
- Tri, R., Rani, A., & Anip, F. (2025). *Peningkatan Kapasitas Produksi Dan Kualitas Keripik Talas Situjuh Melalui Branding Kemasan Dan Diversifikasi Rasa*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2), 2772–2782.
- Ummul Khair, A., Iqbal Suhaeb, M., Dini Imran, U., Haeranah, & Awaluddin, M. (2025). Peningkatan Keterampilan Manajemen UMKM Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital Improving MSME Management Skills Through Financial Management and Digital Marketing Training. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 804–811. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6774>
- Zandroto, D. S., Zebua, S., Zebua, D. I., & Mendrofa, M. S. D. (2025). Pengendalian Kualitas sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Keripik Pisang UMKM Desa We'a-We'a Kecamatan Sogaeadu Kabupaten Nias. *Management Perspective: Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(3), 172–184. <https://doi.org/10.62138/management.v2i3.172>
- Zulfikar, A. L., Widayati, N., Swandari, S., Angel, P., & Suwandi, A. (2025). Penguatan Usaha Berbasis Ekonomi Digital UMKM Melalui Produksi Dan Distribusi Digital Makanan Ringan Sehat Di Muara Jawa Tengah Kabupaten Kutai Kartanegara. *CENDIKIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 1(1). <https://ejournal.sociovisionary.com/index.php/cendikia/article/view/58%0Ahttps://ejournal.socio>

visionary.com/index.php/cendikia/article/download/58/47