Pemberdayaan Kelompok Tani Dan Umkm Pangan Lokal Melalui Diversifikasi Produk, Perbaikan Mutu, Dan Penguatan Pemasaran Agribisnis

Nadya Banuari1[1],

Universitas Mahkota Tricom Unggul

ABSTRAK

Kelompok tani dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan lokal memiliki peran penting dalam menggerakkan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan komoditas pertanian. Namun, potensi tersebut belum selalu menghasilkan nilai ekonomi optimal karena hasil pertanian masih banyak dipasarkan dalam bentuk segar atau bahan mentah, keterampilan pengolahan dan pengemasan terbatas, pencatatan biaya usaha belum tertata, serta pemasaran masih bergantung pada jaringan konvensional. Artikel pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan merancang model pemberdayaan kelompok tani dan UMKM pangan lokal melalui integrasi diversifikasi produk, perbaikan mutu dan kemasan, penguatan manajemen usaha, serta pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui tahapan identifikasi kebutuhan mitra, penyuluhan, pelatihan praktik pengolahan, pendampingan standardisasi proses dan kemasan, penguatan perhitungan harga pokok produksi, serta pelatihan promosi digital. Evaluasi dirancang melalui observasi keterampilan, penilaian produk, dokumentasi proses, dan refleksi bersama mitra. Sintesis pengalaman dan literatur pengabdian menunjukkan bahwa intervensi yang menghubungkan aspek produksi, mutu, manajemen, dan pasar lebih relevan bagi pengembangan agribisnis dibandingkan pelatihan yang berdiri sendiri. Luaran yang ditargetkan meliputi peningkatan keterampilan pengolahan, tersedianya prosedur kerja sederhana, kemasan dan identitas produk yang lebih informatif, pencatatan biaya, serta kanal promosi digital. Artikel ini menyajikan rancangan model pendampingan yang dapat diadaptasi berdasarkan komoditas dan kebutuhan masyarakat. Data lokasi, jumlah peserta, produk yang dihasilkan, dan capaian aktual perlu diisi berdasarkan pelaksanaan kegiatan.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat; agribisnis; kelompok tani; UMKM pangan; diversifikasi produk; pemasaran digital.

1. PENDAHULUAN

Agribisnis merupakan sistem kegiatan ekonomi yang menghubungkan penyediaan sarana produksi, kegiatan budidaya, penanganan pascapanen, pengolahan, distribusi, dan pemasaran hasil pertanian. Dalam sistem tersebut, peningkatan kesejahteraan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh produktivitas usaha tani, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat mengelola hasil panen menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan mampu memenuhi kebutuhan pasar. Oleh sebab itu, penguatan agribisnis lokal perlu dilakukan melalui pendekatan hulu-hilir yang melibatkan petani, kelompok wanita tani, UMKM pangan, koperasi, dan pelaku pemasaran.

Banyak komoditas pertanian memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk olahan. Singkong, pisang, ubi jalar, jagung, aneka buah, rempah, dan hasil hortikultura dapat diolah menjadi makanan ringan, tepung, minuman, produk kering, atau pangan siap konsumsi. Diversifikasi tersebut berpotensi memperluas pilihan konsumen, memperpanjang masa simpan apabila prosesnya tepat, mengurangi ketergantungan pada penjualan bahan mentah, dan membuka peluang usaha rumah tangga. Namun, pengolahan perlu mempertimbangkan karakteristik bahan, sanitasi, konsistensi proses, kemasan, serta keamanan pangan.

Permasalahan mitra agribisnis umumnya bersifat saling berkaitan. Keterbatasan pengetahuan pengolahan dapat menyebabkan produk belum beragam; kemasan yang kurang sesuai dapat mengurangi perlindungan dan daya tarik produk; pencatatan biaya yang tidak lengkap menyulitkan penentuan harga jual; sedangkan pemasaran

konvensional membatasi jangkauan konsumen. Karena itu, kegiatan pengabdian yang hanya memberikan pelatihan produksi tanpa menyentuh manajemen dan pemasaran berisiko menghasilkan keterampilan yang tidak berlanjut menjadi kegiatan usaha.

Sejumlah kegiatan pengabdian terdahulu menunjukkan relevansi pendekatan terpadu. Paramata dan Noho (2026) membahas pemberdayaan UMKM pangan lokal melalui pelatihan pengolahan, pengemasan, dan pemasaran digital dengan pendekatan partisipatif. Kartiyani et al. (2026) menguraikan pelatihan pemasaran digital yang dikaitkan dengan diversifikasi dan teknologi pengolahan pada kelompok tani. Sementara itu, Indiani et al. (2024) mengangkat pengembangan agribisnis jeruk siam melalui teknologi pengolahan pangan dan pemasaran digital. Literatur tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan kapasitas usaha membutuhkan keterhubungan antara kemampuan teknis, mutu produk, dan akses pasar.

Berdasarkan kondisi tersebut, artikel ini bertujuan menyusun dan menjelaskan model kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengintegrasikan diversifikasi produk olahan, perbaikan mutu dan kemasan, penguatan manajemen usaha, serta pemasaran digital. Sasaran program diarahkan pada kelompok tani, kelompok wanita tani, atau UMKM pangan lokal yang memiliki akses terhadap komoditas pertanian setempat. Kontribusi artikel adalah menawarkan alur pendampingan agribisnis yang berorientasi pada peningkatan kapasitas masyarakat dan keberlanjutan usaha.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemberdayaan Masyarakat dalam Agribisnis

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses peningkatan kapasitas individu dan kelompok agar mampu mengenali potensi, menentukan prioritas, mengambil keputusan, serta mengelola sumber daya secara lebih mandiri. Dalam agribisnis, pemberdayaan tidak cukup dilakukan melalui penyampaian informasi, tetapi perlu memberi ruang bagi masyarakat untuk terlibat dalam identifikasi masalah, pemilihan teknologi, praktik produksi, pengelolaan usaha, dan evaluasi hasil. Pendekatan partisipatif menempatkan masyarakat sebagai mitra dan pelaku utama, bukan sekadar penerima program.

2.2 Diversifikasi dan Nilai Tambah Produk Pertanian

Diversifikasi produk adalah pengembangan variasi produk dari bahan baku atau komoditas yang tersedia. Pengolahan dapat meningkatkan nilai guna melalui perubahan bentuk, rasa, kemudahan konsumsi, atau daya simpan. Keputusan diversifikasi perlu mempertimbangkan ketersediaan bahan baku, preferensi konsumen, kapasitas alat, biaya produksi, standar mutu, dan peluang pasar. Produk yang menarik secara visual tetap harus aman, konsisten, dan layak diproduksi secara berkelanjutan.

2.3 Teknologi Pangan, Pengemasan, dan Keamanan Produk

Teknologi pangan berperan dalam penanganan bahan baku, pengolahan, pengawetan, dan pengemasan. Penerapan praktik higiene dan sanitasi, pemilihan proses yang sesuai, pengendalian waktu dan suhu, serta penyimpanan yang tepat menjadi dasar menjaga mutu. Kemasan berfungsi melindungi produk dari kerusakan fisik, kimia, dan mikrobiologis sekaligus menyampaikan identitas dan informasi produk. Pendampingan UMKM perlu menyesuaikan materi dengan jenis produk dan ketentuan keamanan pangan yang berlaku.

2.4 Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital

Manajemen usaha sederhana mencakup pencatatan bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya energi, kemasan, hasil produksi, stok, dan penjualan. Informasi tersebut dibutuhkan untuk menghitung harga pokok produksi dan menentukan harga jual secara rasional. Pemasaran digital melalui media sosial, katalog daring, dan marketplace dapat memperluas jangkauan promosi, tetapi perlu didukung foto produk yang representatif, deskripsi yang benar, respons konsumen, kesiapan stok, dan sistem pengiriman.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif dan pendampingan berbasis kebutuhan mitra. Mitra kegiatan dapat berupa satu kelompok tani, kelompok wanita tani, atau kelompok UMKM pangan lokal di [nama desa/kelurahan, kecamatan, kabupaten/kota]. Jumlah peserta, karakteristik mitra, komoditas utama, dan waktu pelaksanaan harus disesuaikan dengan kegiatan yang benar-benar dilakukan. Pada tahap awal, tim pengabdian bersama mitra melakukan diskusi dan observasi untuk mengidentifikasi potensi bahan baku, proses produksi yang telah berjalan, masalah mutu, kondisi kemasan, pencatatan usaha, serta saluran pemasaran.

Pelaksanaan program dibagi menjadi enam tahapan. Pertama, identifikasi potensi dan kebutuhan melalui wawancara, observasi, dan diskusi kelompok. Kedua, penyuluhan mengenai peluang agribisnis, nilai tambah, keamanan pangan, dan pentingnya orientasi pasar. Ketiga, pelatihan praktik diversifikasi produk berdasarkan komoditas yang tersedia. Keempat, pendampingan perbaikan proses, higiene-sanitasi, pengemasan, pelabelan, dan penyusunan prosedur kerja sederhana. Kelima, pelatihan manajemen usaha yang mencakup pencatatan biaya, perhitungan harga pokok produksi, penentuan harga jual, dan pengelolaan stok. Keenam, pelatihan pemasaran digital melalui pembuatan materi promosi, katalog produk, dan pemanfaatan media sosial atau marketplace.

Metode pembelajaran menggabungkan penyampaian materi singkat, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, dan pendampingan. Dalam praktik pengolahan, peserta dilibatkan mulai dari persiapan bahan baku, penimbangan, pengolahan, pendinginan, pengemasan, hingga evaluasi produk. Tim memberikan umpan balik berdasarkan aspek kebersihan, konsistensi ukuran atau berat, karakteristik sensori, tampilan kemasan, dan kesesuaian informasi produk.

Evaluasi dirancang pada tiga tingkat. Evaluasi pengetahuan dilakukan melalui pertanyaan sebelum dan sesudah pelatihan atau diskusi reflektif. Evaluasi keterampilan dilakukan melalui observasi praktik dan daftar periksa tahapan produksi. Evaluasi keberlanjutan dilakukan dengan melihat apakah mitra menggunakan pencatatan biaya, mempertahankan prosedur produksi, memperbarui promosi, dan merencanakan produksi setelah pendampingan. Apabila instrumen pre-test dan post-test digunakan, jumlah responden dan hasil perhitungan harus dilaporkan sesuai data aktual.

Tahapan	Aktivitas utama	Luaran yang ditargetkan
Identifikasi kebutuhan	Observasi potensi komoditas dan diskusi mitra	Peta masalah dan prioritas kegiatan
Penyuluhan	Materi agribisnis, nilai tambah, dan keamanan pangan	Pemahaman dasar peserta
Pelatihan produksi	Demonstrasi dan praktik diversifikasi olahan	Contoh produk dan keterampilan proses
Pendampingan mutu	Higiene, sanitasi, kemasan, label, SOP	Prosedur dan kemasan yang diperbaiki
Manajemen usaha	Pencatatan biaya, HPP, harga jual, stok	Format pencatatan usaha
Pemasaran digital	Foto produk, katalog, media sosial/marketplace	Materi promosi dan kanal pemasaran

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan dan target luaran program

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Identifikasi Potensi dan Permasalahan Mitra

Tahap identifikasi diarahkan untuk memahami hubungan antara ketersediaan komoditas, kapasitas produksi, dan kebutuhan pasar. Komoditas yang melimpah secara musiman dapat menjadi dasar pengembangan produk olahan, tetapi keputusan produk tidak boleh hanya didasarkan pada ketersediaan bahan. Tim bersama mitra perlu menilai kontinuitas pasokan, karakteristik bahan, tingkat kerusakan, kemampuan pengolahan, kebutuhan alat, serta kemungkinan konsumen membeli produk tersebut.

Permasalahan mitra kemudian dipetakan ke dalam empat aspek agribisnis, yaitu aspek produksi dan pascapanen, aspek mutu dan teknologi pangan, aspek manajemen usaha, serta aspek pemasaran. Pemetaan ini penting agar intervensi tidak terfragmentasi. Sebagai contoh, apabila produk sudah dapat dibuat tetapi belum memiliki pasar, maka pelatihan pengolahan tambahan bukan prioritas utama. Sebaliknya, jika permintaan sudah tersedia tetapi mutu produk tidak konsisten, pendampingan proses dan standardisasi perlu didahulukan.

[Isi bagian ini dengan hasil observasi nyata: jenis mitra, komoditas unggulan, masalah utama yang ditemukan, kondisi produksi, kemasan, pencatatan usaha, dan pemasaran sebelum program.]

4.2 Pelatihan Diversifikasi Produk dan Teknologi Pengolahan

Pelatihan diversifikasi diarahkan pada pemanfaatan komoditas lokal menjadi produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemilihan produk dilakukan bersama mitra berdasarkan kemudahan proses, ketersediaan bahan, kemampuan alat, biaya, dan peluang pasar. Kegiatan praktik perlu menekankan ketepatan formulasi, penimbangan, urutan proses, waktu dan suhu pengolahan, serta penanganan produk setelah proses.

Kegiatan tidak hanya bertujuan menghasilkan satu contoh produk pada saat pelatihan, tetapi juga membangun kemampuan mitra untuk mengulang proses secara konsisten. Oleh karena itu, resep dan tahapan produksi perlu didokumentasikan dalam bentuk prosedur kerja sederhana. Dokumentasi membantu mengurangi variasi mutu dan memudahkan pembagian tugas apabila produksi dilakukan secara kelompok.

[Isi dengan produk yang benar-benar dipraktikkan, bahan dan alat yang digunakan, jumlah peserta yang terlibat, kendala selama praktik, serta hasil evaluasi produk. Jangan menambahkan jumlah produksi atau klaim peningkatan mutu tanpa catatan kegiatan.]

4.3 Perbaikan Mutu, Kemasan, dan Identitas Produk

Pendampingan mutu berfokus pada penerapan higiene dan sanitasi, pemilihan bahan baku, kebersihan alat, pengendalian proses, dan penyimpanan. Untuk produk kering, misalnya, pengendalian kadar air dan perlindungan kemasan terhadap uap air dapat menjadi perhatian. Untuk produk basah atau minuman, aspek sanitasi, perlakuan panas, dan kondisi penyimpanan perlu disesuaikan dengan karakteristik produk. Penentuan umur simpan tidak boleh dilakukan hanya berdasarkan perkiraan; klaim masa simpan sebaiknya didukung pengujian atau dasar teknis yang memadai.

Kemasan juga berperan dalam membangun identitas usaha. Informasi yang dicantumkan perlu akurat dan mengikuti ketentuan yang berlaku, termasuk nama produk, komposisi, berat bersih, identitas produsen, serta informasi lain yang diwajibkan sesuai kategori produk. Pendampingan dapat meliputi pemilihan ukuran kemasan, desain label, dan cara pengemasan yang menjaga produk selama penyimpanan dan distribusi.

[Isi dengan perubahan nyata pada proses, kemasan, label, dan pemahaman peserta. Sertakan foto sebelum-sesudah jika tersedia dan mendapat izin dari mitra.]

4.4 Penguatan Manajemen Usaha dan Perhitungan Harga Pokok

Salah satu persoalan umum usaha pangan skala kecil adalah penentuan harga jual berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga pesaing tanpa menghitung seluruh komponen biaya. Dalam pendampingan, mitra diperkenalkan pada pencatatan biaya bahan baku, bahan tambahan, tenaga kerja, energi, kemasan, transportasi, dan biaya lain

yang relevan. Harga pokok produksi dihitung berdasarkan total biaya produksi dibagi jumlah produk layak jual dalam satu periode produksi.

Pencatatan sederhana membantu mitra mengevaluasi apakah suatu produk layak dikembangkan, berapa kapasitas produksi yang realistis, dan bagaimana perubahan harga bahan baku memengaruhi margin usaha. Analisis ini juga menghubungkan kegiatan teknologi pangan dengan keputusan agribisnis. Produk dengan proses lebih rumit atau kemasan lebih mahal perlu memiliki strategi harga dan segmen pasar yang sesuai.

[Masukkan contoh perhitungan HPP dari data riil mitra jika tersedia. Jika belum ada data biaya, cukup laporkan bahwa peserta berlatih menggunakan lembar simulasi dan jangan menyatakan terjadi peningkatan keuntungan.]

4.5 Pemasaran Digital dan Perluasan Akses Pasar

Pelatihan pemasaran digital diarahkan agar mitra mampu menampilkan produk secara informatif dan konsisten. Materi dapat meliputi pengambilan foto produk menggunakan telepon pintar, penulisan deskripsi produk, penyusunan katalog, pengelolaan akun media sosial, komunikasi dengan calon pembeli, dan pengenalan marketplace. Peserta juga perlu memahami bahwa promosi harus sesuai dengan kapasitas produksi, stok, kualitas, dan kemampuan pengiriman.

Pemasaran digital akan lebih efektif apabila narasi produk mengangkat keunggulan yang benar-benar dimiliki, misalnya penggunaan bahan baku lokal, proses produksi kelompok, atau karakteristik khas komoditas. Informasi yang transparan dapat membantu membangun kepercayaan konsumen. Kajian Kartiyani et al. (2026) dan Paramata dan Noho (2026) memperlihatkan bahwa pelatihan pemasaran digital dapat dipadukan dengan pengembangan produk dan pengemasan dalam program pemberdayaan kelompok tani maupun UMKM pangan.

[Isi dengan kanal yang benar-benar dibuat atau digunakan, contoh konten yang dihasilkan, respons calon konsumen, dan tindak lanjut promosi setelah pelatihan.]

4.6 Evaluasi Program dan Keberlanjutan

Keberhasilan pengabdian perlu dievaluasi berdasarkan perubahan kapasitas mitra, bukan hanya terlaksananya kegiatan. Indikator yang dapat digunakan meliputi kemampuan peserta menjelaskan proses pengolahan, keterampilan melakukan tahapan produksi, penerapan kebersihan, kelengkapan pencatatan biaya, kualitas informasi kemasan, dan konsistensi penggunaan kanal promosi. Evaluasi sebaiknya membandingkan kondisi awal dan akhir dengan instrumen yang sama serta menyimpan bukti berupa lembar observasi, dokumentasi, dan hasil diskusi.

Keberlanjutan program dapat diperkuat melalui penunjukan penggerak kelompok, penyimpanan resep dan SOP, pembagian tanggung jawab produksi dan pemasaran, jadwal produksi, serta komunikasi lanjutan dengan pendamping atau perguruan tinggi. Mitra juga dapat diarahkan untuk mengakses layanan konsultasi perizinan, pengujian mutu, dan pembinaan usaha sesuai kebutuhan. Dengan demikian, pengabdian tidak berhenti pada pelatihan satu kali, tetapi mendorong terbentuknya praktik usaha yang dapat dijalankan secara mandiri.

[Laporkan hasil evaluasi aktual: jumlah peserta yang menyelesaikan praktik, skor pre-test/post-test jika ada, produk yang dihasilkan, perubahan kemasan, akun pemasaran yang aktif, dan rencana tindak lanjut. Jika belum ada pengukuran, uraikan secara deskriptif dan nyatakan keterbatasannya.]

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pemberdayaan kelompok tani dan UMKM pangan lokal perlu dirancang sebagai intervensi agribisnis yang menghubungkan kegiatan produksi, pengolahan, pengendalian mutu, manajemen usaha, dan pemasaran. Diversifikasi produk berpotensi meningkatkan nilai tambah komoditas pertanian, tetapi keberlanjutannya bergantung pada konsistensi proses, keamanan pangan, kemasan yang sesuai, perhitungan biaya, dan kemampuan menjangkau konsumen. Oleh karena itu, pelatihan praktik dan pendampingan perlu dilakukan secara terpadu serta disesuaikan dengan potensi komoditas dan kapasitas mitra.

Model kegiatan yang ditawarkan dalam artikel ini mencakup identifikasi kebutuhan, penyuluhan, pelatihan pengolahan, pendampingan mutu dan kemasan, penguatan manajemen usaha, serta pemasaran digital. Bagi kelompok tani dan UMKM, disarankan memulai dari satu produk prioritas yang realistis untuk diproduksi secara konsisten. Bagi pemerintah desa, penyuluh, perguruan tinggi, dan lembaga pendamping, diperlukan dukungan berkelanjutan berupa akses teknologi tepat guna, pelatihan keamanan pangan, fasilitasi legalitas, pengujian produk, serta penguatan jejaring pemasaran.

Kesimpulan mengenai peningkatan keterampilan, pendapatan, atau jangkauan pasar harus disusun berdasarkan data pelaksanaan dan evaluasi yang benar-benar dikumpulkan. Artikel ini masih berupa draf model pengabdian dan perlu dilengkapi identitas mitra, lokasi, waktu, dokumentasi, serta hasil aktual sebelum diajukan sebagai laporan kegiatan yang telah dilaksanakan.

6. PENELITIAN/PENGABDIAN LANJUTAN

Kegiatan lanjutan dapat diarahkan pada pendampingan intensif selama beberapa siklus produksi untuk melihat konsistensi mutu, keberlanjutan pencatatan usaha, perubahan saluran pemasaran, dan perkembangan hubungan mitra dengan pemasok maupun pembeli. Kajian lanjutan juga dapat menggunakan analisis usaha untuk membandingkan biaya, penerimaan, dan margin produk sebelum dan sesudah penerapan inovasi, sepanjang data yang dibutuhkan tersedia. Pendekatan studi kasus kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat digunakan untuk memahami faktor yang mendorong atau menghambat keberlanjutan program.

REFERENCES

Indiani, N. L. P., Putra, I. B. U., Mangku, I. G. P., Tridtitanakiat, P. C., Trisnayanthi, N. N., & Darmawan, A. A. R. (2024). Acceleration of Siamese citrus agro business through food processing technology and digital marketing. Community Service Journal, 7(1), 18–25. https://doi.org/10.22225/csj.7.1.2024.18-25

Kartiyani, T., Wulansari, N., Azizah, S. N., Adelia, W., Zahri, R. H., & Prasetyo, C. A. (2026). Penerapan pemasaran digital dalam meningkatkan jangkauan pasar produk olahan pangan lokal pada kelompok tani. PROFICIO, 7(2). https://doi.org/10.36728/jpf.v7i2.6256

Paramata, A., & Noho, Y. (2026). Pemberdayaan UMKM pangan lokal melalui pelatihan pengolahan, pengemasan, dan pemasaran digital berbasis pentahelix di Desa Ayula Selatan Kabupaten Bone Bolango. Jurnal Abdimas Terapan, 5(2), 142–149. https://doi.org/10.56190/jat.v5i2.132

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2022). The state of food and agriculture 2022: Leveraging automation in agriculture for transforming agrifood systems. FAO. https://doi.org/10.4060/cb9479en