

Meningkatkan Penjualan Olahan Pisang dengan Strategi Pemasaran Kreatif di Desa Parparean Kecamatan Porsea

Increasing Sales of Processed Bananas with Creative Marketing Strategies in Parparean Village, Porsea District

Hendra Sinambela^{1*}, Roulyana Eljunita Munthe², Rouli Angelina Sihotang³, Rohani Sijabat⁴, Nasib Hermanto Hutasoit⁵, Tongam Sihol Nababan⁶

¹⁻⁶Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Email: hendra.sinambela@student.uhn.ac.id¹, roulyanam@gmail.com²

Alamat: Jl. Sutomo No.4A, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Korespondensi penulis: hendra.sinambela@student.uhn.ac.id*

Article History:

Received: Juni 23, 2025;

Revised: Juli 16, 2025;

Accepted: Agustus 17, 2025;

Online Available: Agustus 19, 2025

Keywords: Banana Products, Community Empowerment, Creative Marketing, Digitalization, Rural Economy.

Abstract: The Community Service Lecture (KPPM) held in Parparean Village, Porsea District, aimed to increase local economic potential through the development of banana processing with the implementation of creative marketing strategies. The background of this activity is based on the community's still low ability to process and market bananas optimally. Limited skills, lack of adequate equipment, and limited market access are the main obstacles, so that banana harvests are often sold in their raw form with low sales value. To address these problems, this community service activity carries a collaborative approach by involving community groups, especially housewives and village youth, in an entrepreneurship training program. The methods used include socialization of business potential, training in processing bananas into various value-added products such as chips, banana nuggets, brownies, and other innovative products, as well as direct product manufacturing practice. In addition, participants were also given training in marketing strategies, including branding techniques, product photography, promotion through social media, and the use of digital marketplaces as a means of expanding marketing reach. The activity lasted for five days, combining theory, practice, and intensive mentoring. The findings of the activity showed a significant increase in the community's product processing and marketing skills. Diversification of banana-based products has successfully increased market interest, while digital marketing has proven effective in reaching a wider consumer base, including the tourist market around Lake Toba. The implications of this initiative confirm that innovation, empowering local groups, and utilizing digital technology can strengthen product competitiveness and drive sustainable village economic growth through superior processed banana commodities.

Abstrak.

Kegiatan Kuliah Pengabdian Pada Masyarakat (KPPM) yang dilaksanakan di Desa Parparean, Kecamatan Porsea, bertujuan untuk meningkatkan potensi ekonomi lokal melalui pengembangan olahan pisang dengan penerapan strategi pemasaran kreatif. Latar belakang kegiatan ini didasari oleh masih rendahnya kemampuan masyarakat dalam mengolah dan memasarkan buah pisang secara optimal. Keterbatasan keterampilan, kurangnya peralatan yang memadai, serta akses pasar yang terbatas menjadi hambatan utama sehingga hasil panen pisang sering dijual dalam bentuk mentah dengan nilai jual rendah. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini mengusung pendekatan kolaboratif dengan melibatkan kelompok

masyarakat, khususnya ibu rumah tangga dan pemuda desa, dalam program pelatihan kewirausahaan. Metode yang digunakan mencakup sosialisasi potensi usaha, pelatihan pengolahan pisang menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti keripik, nugget pisang, brownies, dan olahan inovatif lainnya, serta praktik langsung pembuatan produk. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan strategi pemasaran, termasuk teknik branding, fotografi produk, promosi melalui media sosial, dan pemanfaatan marketplace digital sebagai sarana memperluas jangkauan pemasaran. Kegiatan berlangsung selama lima hari dengan kombinasi teori, praktik, serta pendampingan intensif. Temuan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan pengolahan dan pemasaran produk masyarakat. Diversifikasi produk berbahan dasar pisang berhasil meningkatkan minat pasar, sedangkan pemasaran digital terbukti mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk pasar wisata sekitar Danau Toba. Implikasi kegiatan ini menegaskan bahwa inovasi, pemberdayaan kelompok lokal, dan pemanfaatan teknologi digital mampu memperkuat daya saing produk serta mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan melalui komoditas unggulan olahan pisang.

Kata kunci: Olahan Pisang, Pemberdayaan Masyarakat, Pemasaran Kreatif, Digitalisasi, Ekonomi Desa.

1. PENDAHULUAN

Kuliah Pengabdian Pada Masyarakat (KPPM) adalah salah satu bentuk kegiatan akademik yang bertujuan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEKS) yang telah dipelajari mahasiswa di kampus ke dalam kehidupan masyarakat. KPPM juga menjadi bagian dari pembelajaran berbasis komunitas (*learning with community*) yang memungkinkan mahasiswa untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan masyarakat dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memberikan edukasi tetapi juga belajar dari kondisi nyata yang ada di lapangan. (Dellia Mila Vernia et al., 2020).

Dalam pelaksanaan KPPM, mahasiswa dari berbagai program studi bekerja sama dalam satu kelompok untuk menerapkan pendekatan multidisiplin dalam pemberdayaan masyarakat (Hartono et al., 2013). Sebelum melaksanakan program, mahasiswa melakukan sosialisasi dan observasi lapangan guna mendata serta memetakan wilayah tempat pengabdian. Langkah ini penting untuk memahami permasalahan yang ada serta merancang solusi yang tepat guna bagi masyarakat. Setelah program berjalan, dilakukan evaluasi untuk mengukur efektivitas dan dampak dari kegiatan yang telah dilaksanakan.

Desa Parparean di Kecamatan Porsea, Kabupaten Toba, Provinsi Sumatera Utara, menjadi salah satu lokasi pelaksanaan KPPM. Desa ini berjarak sekitar 210 kilometer dari Universitas HKBP Nommensen Medan, dengan waktu tempuh lebih dari 4 jam perjalanan darat. Desa Parparean mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani padi. Selain pertanian padi, desa ini juga memiliki komoditas pisang yang melimpah, namun pemanfaatannya dan strategi pemasarannya masih sangat terbatas.

Di tengah perkembangan ekonomi yang pesat, peluang usaha di sektor makanan semakin menjanjikan, terutama di daerah pedesaan seperti Desa Parparean, Kecamatan Porsea. Salah satu produk yang memiliki potensi besar adalah olahan pisang. Pisang, yang dikenal

sebagai buah bergizi dan mudah diolah, menawarkan berbagai macam produk yang dapat memenuhi selera konsumen. Dari keripik pisang yang renyah hingga kue pisang yang manis, inovasi dalam olahan pisang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat setempat.

Buah pisang merupakan salah satu buah yang banyak memiliki manfaat. Buah pisang memiliki kandungan gizi yang baik, merupakan sumber energi yang cukup tinggi di bandingkan buah-buah lain. Pisang menghasilkan 136 kalori per 100g. Buah pisang kaya akan mineral seperti kalium, magnesium, besi, fosfor, dan kalsium, mengandung vitamin B dan C, provitamin A (Betakaroten). Buah pisang dapat dikonsumsi dalam bentuk segar atau diolah menjadi bentuk makanan lain seperti pisang rebus, goreng pisang, keripik pisang, kue pisang, dan aneka bentuk olahan makanan lainnya. Yusriani, Y., Rasyid, M. A., & Patongloan, D. (2022). Penerapan Teknologi Tepat Guna Olahan Pisang Menjadi Produk Bernilai Ekonomis di Desa Patoloan. *Prosiding Seminar Nasional P2M*, 3(1), 92–98.

Di desa Parparean memiliki permasalahan utama dalam pengolahan pisang yaitu masih rendahnya pemanfaatan teknologi dan keterampilan pengolahan yang menyebabkan nilai tambah terhadap produk pisang belum optimal. Sebagian petani di desa Parparean hanya menjual pisang dalam bentuk segar tanpa diolah lebih lanjut, padahal potensi untuk diolah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi sangat besar. Di karenakan kurangnya akses terhadap pelatihan, peralatan pengolahan, dan jaringan pemasar menjadi hambatan utama yang membuat masyarakat belum mampu mengembangkan industri olahan pisang secara berkelanjutan. Akibatnya peluang pendapatan dan penciptaan lapangan kerja lokal dari sektor ini belum bisa dimaksimalkan.

Maka dalam konteks ini, pemasaran kreatif menjadi solusi yang relevan. Dengan memanfaatkan media sosial, pemasaran berbasis komunitas, serta kolaborasi dengan pelaku usaha lokal lainnya, para pengusaha olahan pisang di Desa Parparean dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, strategi seperti mengadakan acara promosi, memberikan sampel produk, dan menggunakan kemasan menarik dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Artikel ini akan membahas secara mendalam berbagai strategi pemasaran kreatif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan olahan pisang di Desa Parparean. Kami akan mengidentifikasi karakteristik pasar lokal dan perilaku konsumen yang dapat menjadi acuan dalam merancang strategi yang tepat. Dengan memahami preferensi masyarakat, pelaku usaha dapat menciptakan produk yang tidak hanya lezat tetapi juga relevan dengan kebutuhan konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Kuliah Pengabdian Pada Masyarakat (KPPM) dilaksanakan di Desa Parparean Kecamatan Porsea, Kabupaten Toba, Provinsi Sumatera Utara, pada bulan Februari 2025. Kegiatan ini berlangsung selama 5 hari, dari tanggal 20 Februari hingga 24 Februari 2025. Lokasi pelaksanaan di Balai Desa Parparean dipilih untuk memudahkan akses bagi masyarakat setempat dan memastikan partisipasi yang maksimal. Dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan, diharapkan kegiatan sosialisasi dan pelatihan dapat berjalan dengan lancar dan efektif, sehingga masyarakat dapat memperoleh manfaat secara optimal dari program ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pisang adalah nama umum yang diberikan pada tumbuhan ternak berukuran besar dengan daun memanjang dan besar yang tumbuh langsung dari bagian tangkai. Bantang pisang bersifat lunak karena terbentuk dari lapisan pelepah yang lunak dan panjang. Batang yang agak keras berada di bagian permukaan tanah. Pisang memiliki daun bertangkai yang terpecah dengan bagian batang yang meruncing. Ukuran daun pada tiap spesies pisang juga berbeda-beda. Tangkai pisang menghasilkan bunga dalam jumlah yang banyak. Bagian bunga pada pisang akan membentuk buah yang disebut sisir.



Gambar 1. Buah pisang

Pisang merupakan tanaman yang berasal dari daerah Asia Tenggara. Penyebaran tanaman pisang hampir diseluruh dunia merata meliputi daerah tropik dan subteropik. Di Indonesia pisang merupakan tanaman yang memiliki jumlah produksi cukup tinggi, karena 50% produksi pisang di wilayah Asia ada di Indonesia (Wijayanto 2016; Arif et al., 2020).

Tanaman pisang dapat tumbuh berkembang di dataran rendah pada ketinggian hingga 1000mdpl. Pisang yang ditanam pada tanah datar dengan ketinggian dibawah 500mdpl akan menghasilkan produktivitas pisang yang maksimal (Cahyono, 2002). Pertumbuhan pisang didukung dengan jenis tanah yang tidak berbatu maupun tergenang air, hal ini karena dapat mempengaruhi perkembangan akar yang dapat menurunkan produktivitas tanaman (Nirmala dkk, 2016).



Gambar 2. Kegiatan pengolahan buah pisang

Pada gambar di atas kami melakukan kegiatan mengelola buah pisang secara kolektif di dapur rumah. Kegiatan ini merupakan salah satu langkah yang efektif untuk memanfaatkan hasil pertanian lokal, khususnya pisang, menjadi produk olahan yang memiliki nilai jual tinggi. Proses yang kami lakukan pada gambar tersebut adalah langkah pertama dalam pengolahan, yaitu pengupasan dan pemotongan pisang. Pisang yang digunakan terlihat dalam keadaan matang dan siap untuk diproses. Pisang yang sudah dikupas selanjutnya dimasukkan ke dalam wadah plastik berwarna biru, orange, siap untuk tahapan berikutnya seperti menggoreng atau diolah menjadi keripik pisang goreng.

Di Desa Parparean, Kecamatan Porsea, kami hadir membawa semangat baru untuk produk olahan pisang lokal. Lewat presentasi sederhana ini, kami memperkenalkan berbagai ide pemasaran yang lebih segar dan kreatif. Mulai dari tampilan kemasan, strategi promosi online, hingga cara menarik minat pembeli lewat media sosial. Di atas meja terlihat beberapa contoh produk olahan pisang, yang nantinya akan jadi ujung tombak ekonomi kreatif masyarakat desa. Kami percaya, dengan sedikit sentuhan inovasi, produk lokal bisa bersaing lebih luas dan punya nilai jual yang lebih tinggi.

Sebelum acara dimulai, mahasiswa melakukan evaluasi awal untuk memahami situasi komunitas dan peluang yang tersedia. Mereka melaksanakan sosialisasi guna memberikan informasi komunitas mengenai sasaran dan keuntungan dari program ini. Selain itu, para mahasiswa melaksanakan pengamatan di lapangan untuk menggambarkan area dan mengenali isu-isu yang muncul, dan mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk merancang program yang tepat.

Setelah fase persiapan rampung, program pelatihan dilakukan dengan melibatkan komunitas secara langsung. Mahasiswa menyelenggarakan sesi pelatihan yang melibatkan interaksi, di mana peserta dilatih untuk mengubah pisang menjadi beragam produk bernilai lebih. Setiap pertemuan meliputi praktik langsung, sehingga peserta mampu mengaplikasikan

pengetahuan yang diperoleh. Sebagai tambahan, Evaluasi dilaksanakan setelah setiap sesi guna menilai pemahaman serta keterampilan masyarakat, dan juga membahas langkah-langkah berikutnya untuk pengembangan usaha berbasis pisang. Melalui metode ini, diharapkan masyarakat mampu meningkatkan kemampuan mereka. dan memajukan kesejahteraan finansial

Pisang adalah nama umum yang di berikan pada tumbuhan ternak berukuran besar dengan daun memanjang dan besar yang tumbuh langsung dari bagian tangkai. Bantang pisang bersifat lunak karena terbentuk dari lapisan pelepah yang lunak dan panjang. Btang yang agak keras berada di bagian permukaan tanah. Pisang memiliki daun bertangkai yang terpecar dengan bagian batang yang meruncing. Ukuran daun pada tiap spesies pisang juga berbeda-beda. Tangkai pisang menghasilkan bunga dalam jumlah yang banyak. Bagian bunga pada pisang akan membentuk buah yang disebut sisir.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Strategi Pemasaran Buah Pisang

Di Desa Parparean, Kecamatan Porsea, kami hadir membawa semangat baru untuk produk olahan pisang lokal. Lewat presentasi sederhana ini, kami memperkenalkan berbagai ide pemasaran yang lebih segar dan kreatif. Mulai dari tampilan kemasan, strategi promosi online, hingga cara menarik minat pembeli lewat media sosial.

Di atas meja terlihat beberapa contoh produk olahan pisang, yang nantinya akan jadi ujung tombak ekonomi kreatif masyarakat desa. Kami percaya, dengan sedikit sentuhan inovasi, produk lokal bisa bersaing lebih luas dan punya nilai jual yang lebih tinggi.

A. Penguatan Strategi dan Inovasi Pemasaran

Dalam upaya mendorong penjualan olahan pisang, perlu dirancang strategi pemasaran lanjutan yang lebih terstruktur. Hal ini melibatkan pengembangan merek lokal (local branding), peningkatan kualitas produk, serta diverifikasi produk. merek lokal yang kuat yang dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen dan memperkuat identitas produk dari desa

Parparean tersebut. Seperti pembuatan logo, slogan, dan desain kemasan yang profesional akan memberikan nilai tambah dan daya saing di pasar.

Di versifikasi produk pisang juga menjadi langkah penting. Misalnya, selain keripik pisang, hingga olahan modern seperti banana roll. Produk yang inovatif dan berbeda akan menarik perhatian konsumen, terutama di kalangan anak muda. Strategi promosi dapat melibatkan digital marketing, bazar UMKM, dan kolaborasi dengan pelaku pariwisata lokal. Misalnya di daerah wisata Danau Toba, di mana produknya itu dijual di titik-titik keramaian wisatawan, dengan memanfaatkan branding sebagai oleh-oleh khas Desa Parparean. Hal ini berpotensi membuka pasar baru secara luas.

B. Analisis SWOT Usaha Olahan Pisang di Desa Parparean

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk menilai kondisi usaha olahan pisang:

- a.) Kekuatan (strengths): Ketersediaan bahan baku pisang melimpah, partisipasi masyarakat cukup tinggi
- b.) Kelemahan (Weaknesses): Minimnya pengetahuan manajemen usaha, keterbatasan peralatan dan modal.
- c.) Peluang (Opportunities): Tren makanan lokal yang semakin diminati, dukungan pemerintah untuk UMKM, potensi pasar wisata.
- d.) Ancaman (Threats): Persaingan dengan produk pabrik besar, lalu fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan musim panen.

Dari hasil analisis yang saya buat, di desa parparean di perlukannya peningkatan kapasitas melalui pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha kecil.

C. peran Pemuda dan Kelompok Wanita Tani

Pemuda dan ibu-ibu rumah tangga memiliki peran vital dalam menjalankan usaha olahan pisang. Keterlibatan kelompok wanita tani (KWT) dapat mendorong pemberdayaan perempuan dalam ekonomi desa. Melalui pelatihan produksi, pengemasan, dan pemasaran, kelompok ini bisa menjadi ujung tombak kegiatan ekonomi berbasis rumah tangga. Sementara pemuda nya dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan produk melalui media sosial dan ecommerce.

D. Digitalisasi dan Akses Pasar Online

Digitalisasi pemasaran merupakan pendekatan strategis yang relevan dengan zaman penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok dan Facebook yang dapat memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas. Selain itu, platform seperti Tokopedia, Shopee, dan marketplace lokal yang dapat menjadi saluran distribusi

online. Pelatihan digital marketing sangat dibutuhkan agar masyarakat memahami cara menambah konten promosi yang menarik, mengelola akun usaha, dan interaksi dengan pelanggan secara aktif. Pemerintah desa juga bisa memfasilitasi akses internet dan pendampingan teknis untuk mempercepat transformasi digitalisasi ini.

E. Rekomendasi Kebijakan dan Dukungan Lintas Sektor

- a) Untuk mewujudkan pengembangan usaha olahan pisang secara berkelanjutan, dibutuhkan dukungan lintas sektor, antara lain:
- b) Pemerintah desa: menyediakan fasilitas produksi, pembinaan rutin, sertifikasi halal/pangan.
- c) Lembaga pendidikan: melibatkan mahasiswa dan dosen dalam, pengabdian masyarakat untuk inovasi produk.
- d) Swasta dan BUMDes: menjadi mitra dalam distribusi dan pemasaran produk lokal.
- e) Kolaborasi ini menjadi pondasi yang kuat untuk mengembangkan parparean sebagai sentra produk olahan pisang unggulan

4. KESIMPULAN

Program Kuliah Pengabdian pada masyarakat (KPPM) di Desa Parparean menunjukkan bahwa potensi pengembangan produk olahan pisang di wilayah ini sangat besar. Dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah serta partisipasi masyarakat yang aktif, pengolahan pisang dapat menjadi sumber ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Namun, masih terdapat sejumlah tantangan, seperti keterbatasan pengetahuan manajemen, teknologi, pengolahan, akses pasar, dan promosi yang belum maksimal. Melalui strategi pemasaran kreatif berbasis digital, pengetahuan merek lokal, diversifikasi produk, serta pelibatan kelompok wanita tani dan pemuda desa, daya saing produk olahan pisang dapat ditingkatkan secara signifikan. Digitalisasi dan pemanfaatan media sosial menjadi kunci untuk memperluas jangkauan pasar, termasuk ke sektor pariwisata seperti Danau Toba.

DAFTAR REFERENSI

- Arif, I., Cahyono, B., & Nirmala, N. (2020). *Peluang dan tantangan industri pisang di Indonesia*. Balai Penelitian Tanaman Buah Tropika.
- Cahyono, B. (2002). *Tanaman buah tropika di Indonesia*. AgroMedia Pustaka.
- Candra, A., & Setiawan, R. (2019). Analisis komoditas pisang di Sumatera Utara. *Jurnal Pertanian Tropik*, 6(2), 55–62.
- Dellia Mila Vernia, Sihotang, F. A., & Nababan, E. T. (2020). Implementasi KPPM dalam peningkatan kapasitas masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional P2M*, 3(1), 88–95.

- Hartono, S., Wibowo, D., & Sari, N. (2013). Pembelajaran berbasis komunitas untuk pemberdayaan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(1), 22–34.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Panduan strategi pemasaran UMKM melalui digitalisasi*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.1556/9789630597784>
- Nirmala, N., Rahmat, Y., & Hidayat, T. (2016). Faktor penentu produktivitas tanaman pisang. *Jurnal Agrotek*, 4(2), 119–127.
- Rahmatullah, M., Putra, I. P., & Sulastri, D. (2021). Optimalisasi media sosial untuk pemasaran produk lokal di daerah wisata. *Jurnal Inovasi Sosial Ekonomi*, 3(1), 35–42.
- Setiyoko, A., & Astri, Y. (2019). Pengaruh jenis pisang terhadap nilai ekonomi produk olahan. *Agribisnis Journal*, 5(2), 77–84.
- Sihombing, H. (2021). Strategi pengembangan produk olahan pisang melalui inovasi dan pemasaran digital di Sumatera Utara. *Jurnal Agribisnis dan Pembangunan Ekonomi Pedesaan*, 9(2), 45–53.
- Taufiq, M., & Nugroho, Y. (2020). Pemberdayaan kelompok wanita tani dalam produk olahan pertanian. *Jurnal Abdimas Sosial Humaniora*, 4(2), 114–123.
- Wibowo, A., & Rachmawati, D. (2020). Pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan nilai tambah produk lokal dengan strategi pemasaran kreatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JMB)*, 5(1), 20–27.
- Wijayanto, S. (2016). *Budidaya pisang dan pengembangan produk olahan*. Balai Penelitian Buah Tropika.
- Yusriani, Y., Rasyid, M. A., & Patongloan, D. (2022). Penerapan teknologi tepat guna olahan pisang menjadi produk bernilai ekonomis di Desa Patoloan. *Prosiding Seminar Nasional P2M*, 3(1), 92–98.