

Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani “Maju Bersama” melalui Diversifikasi Produk Pangan Lokal di Desa Kembang Kerang

Empowerment of the “Maju Bersama” Women Farmers Group through Local Food Product Diversification in Kembang Kerang Village

Dwi Haryati Ningsih^{1*}, Fedya Diajeng Aryani², Siti Reuni Inayati³

¹⁻³Universitas Gunung Rinjani, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ugrdwi@gmail.com¹

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 12 September 2025;

Revisi: 26 September 2025;

Diterima: 11 Oktober 2025;

Tersedia: 14 Oktober 2025

Keywords: Appropriate Technology; Local Food Diversification; Product Marketing; Women Empowerment; Women Farmers Group

Abstract. This community service program aims to empower the Maju Bersama Women Farmers Group (KWT) in Kembang Kerang Village through diversification of local food products based on tubers, especially cassava. The main problems faced by partners are limited production technology which still uses manual tools, minimal knowledge regarding post-harvest processing, and limited marketing strategies which are still simple. The methods used include socialization, Focus Group Discussions (FGD), training in food processing such as cassava chips and tape cake, and marketing management training based on the 4P mix (product, price, place, promotion). The results of the activity showed a significant increase in the skills of KWT members in production and marketing, as evidenced by an increase in cassava chip production capacity to 25 kg per day, a 25% increase in sales compared to the previous day, and 100% understanding of KWT members regarding product marketing aspects. The application of appropriate technology in the form of chip cutting machines and ovens also had an impact on increasing the quality, quantity, and selling value of the product. Thus, this activity has proven effective in strengthening the economic independence of farming households and contributing to strengthening local food security.

Abstrak.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan Kelompok Wanita Tani (KWT) Maju Bersama di Desa Kembang Kerang melalui diversifikasi produk pangan lokal berbasis umbi-umbian, khususnya singkong. Permasalahan utama mitra adalah keterbatasan teknologi produksi yang masih menggunakan alat manual, minimnya pengetahuan mengenai pengolahan pascapanen, serta keterbatasan strategi pemasaran yang masih bersifat sederhana. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, Focus Group Discussion (FGD), pelatihan produksi olahan pangan berupa kripik singkong dan bolu tape, serta pelatihan manajemen pemasaran berbasis bauran 4P (*product, price, place, promotion*). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada keterampilan anggota KWT dalam produksi dan pemasaran, yang dibuktikan melalui peningkatan kapasitas produksi kripik singkong hingga 25 kg per hari, peningkatan penjualan sebesar 25% dibandingkan sebelumnya, hari serta pemahaman 100% anggota KWT terhadap aspek pemasaran produk. Penerapan teknologi tepat guna berupa mesin pemotong kripik dan oven juga berdampak pada peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai jual produk. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti efektif dalam memperkuat kemandirian ekonomi rumah tangga tani serta berkontribusi pada penguatan ketahanan pangan lokal.

Kata kunci: Diversifikasi Pangan Lokal; Kelompok Wanita Tani; Pemberdayaan Perempuan; Teknologi Tepat Guna; Pemasaran Produk

1. LATAR BELAKANG

Sektor industri saat ini telah dikenal mampu mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, sektor ini memiliki kapasitas untuk memberikan nilai tambah terbesar dan menyediakan sejumlah besar kesempatan kerja. Dengan demikian, sektor industri ini memberi kontribusi yang signifikan dalam menyelesaikan masalah utama Indonesia, yaitu pengentasan kemiskinan dan penurunan tingkat pengangguran. Di masa ini, kebutuhan manusia akan semakin meningkat dan beragam dalam mengikuti tren yang berkembang, mulai dari upaya diversifikasi pangan sebagai pemenuhan kebutuhan gizi pangan dan upaya lainnya dalam peningkatan ketahanan pangan khususnya produksi pangan lokal. Saat ini di Provinsi Nusa Tenggara Barat khususnya pulau Lombok banyak sekali peluang usaha yang masih terbuka lebar terutama pada bidang usaha makanan ringan. Makanan ringan yang dibuat biasanya berasal dari olahan pangan khas daerah yang memiliki potensi untuk dikembangkan guna mengembangkan usaha rumahan masyarakat.

Pangan yang dibuat, dipasarkan, dan dikonsumsi oleh masyarakat setempat disebut pangan lokal (Ainal, 2022). Singkong atau ubi kayu adalah salah satu jenis bahan pangan yang memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi makanan fungsional. Ubi kayu adalah komoditas abad ke-21 karena memiliki berbagai manfaat ekonomi, yang berpotensi mengentaskan kemiskinan di perdesaan dan meningkatkan ekonomi nasional (Adi dan Elisabeth, 2018). Menurut Ilham (2017), singkong memiliki 60% air, 35% pati, 2,5% serat kasar, 0,5% lemak, dan 1% abu. Selain itu juga memiliki kandungan vitamin B1, protein, fosfor, kalsium, vitamin C, dan zat besi.

Adanya permintaan pasar yang tinggi terhadap singkong atau ubi kayu membuat tingkat konsumsi masyarakat juga semakin meningkat. Di Kabupaten Lombok Timur terutama di Desa Kembang Kerang banyak sekali masyarakat yang menanam berbagai macam makanan lokal terutama dari jenis umbi-umbian seperti ubi jalar, singkong, talas dan pisang. Produksi singkong yang terdata terakhir di Provinsi Nusa Tenggara Barat 11.545 ton dengan luas panen sebesar 719 Ha (BPS, 2018).

Singkong atau ubi kayu mampu dijadikan berbagai macam olahan seperti kripik dan olahan pangan lainnya, akan tetapi proses produksi olahan pangan tersebut belum maksimal dikarenakan keterbatasan alat yang belum memadai. Selama ini olahan umbi-umbian singkong hanya dipasarkan secara *direct selling* atau bertemu secara langsung dengan konsumen. Di samping harapan akan pangsa pasar yang lebih luas, diharapkan olahan kripik singkong mampu menarik daya beli masyarakat skala luas sebagai komoditi olahan pangan lokal yang potensial.

Sehubungan dengan hal tersebut Kelompok Wanita Tani (KWT) Maju Bersama merupakan salah satu organisasi kemasyarakatan yang bergerak khususnya di bidang pertanian dalam olahan pangan lokal, yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat di bidang ekonomi terutama untuk kemajuan ibu-ibu petani agar lebih produktif. Keanggotaan KWT ini berjumlah 20 orang dan saat ini usaha KWT Maju Bersama sudah berjalan dengan baik yaitu di bidang produksi kripik olahan makanan lokal berupa umbi-umbian, dan produk olahan pangan lainnya seperti rengginang, kue-kue khas daerah yang sudah berjalan dalam skala kecil.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani Maju Bersama di Desa Kembang Kerang Kecamatan Aikmel pada tanggal 9 dan 23 Agustus 2025. Untuk menunjang kelancaran kegiatan pengabdian ini juga melibatkan Unit Pelaksana Teknis Penyuluhan Pertanian (UPTPP) Kecamatan Aikmel dan Akademisi dari Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, dan Fakultas Ekonomi Universitas Gunung Rinjani. Pemberdayaan masyarakat pada KWT Maju Bersama melalui kegiatan diversifikasi pangan lokal kripik singkong dan manajemen pemasaran sederhana dilakukan untuk memberikan informasi dan tambahan ilmu pengetahuan, sosialisasi, pendampingan serta motivasi yang berkaitan dengan penguatan KWT Maju Bersama. Metode pelatihan pada pengabdian ini dipilih sebagai strategi yang dianggap paling mudah dan cepat terlaksana dalam pengabdian ini, karena pelatihan ini mengambil muatan lokal daerah berupa olahan pangan lokal yang ditransfer melalui ilmu dan keterampilan yang dikembangkan lebih lanjut di luar Pendidikan formal kepada ibu-ibu KWT, dengan tujuan agar mereka mampu berdaya juang dalam usaha suatu produk, sanggup berswadaya dalam memperbaiki kesejahteraan dalam rumah tangga tani. Kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

- a. Tahap Persiapan, pada tahapan ini dilakukan perencanaan berupa observasi, penentuan tema dan lokasi pengabdian, para pihak yang terlibat, mengurus perizinan, menyiapkan bahan dan alat pendukung, pembagian tugas masing-masing tim, persiapan Fokus Grup Diskusi (FGD) dengan KWT hingga *monitoring* evaluasi.
- b. Tahap Pelaksanaan, pada tahap ini terdiri dari beberapa kegiatan yaitu: sosialisasi dan diskusi, FGD dengan KWT Maju Bersama, pelatihan pembuatan olahan pangan lokal kripik singkong dan kue bolu tape singkong, pelatihan manajemen pemasaran sederhana serta penyerahan secara simbolis mesin oven dan mesin pemotong kripik.
- c. Tahap Tindak Lanjut Program, pada tahapan ini tim pengabdian melakukan *monitoring* tindak lanjut produksi produk kripik singkong dan olahan pangan lokal lainnya yang telah

dibuat KWT dan melihat perkembangan proses penjualan produk hingga ke konsumen, agar pemberdayaan KWT tetap berkelanjutan sampai hasil yang diinginkan tercapai.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Persiapan Kegiatan

Perencanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat termasuk melakukan observasi awal, menemukan masalah dan peluang, membuat program aksi, menetapkan jadwal kegiatan pelaksanaan pengabdian, bekerja sama dengan mitra dan pihak terkait, dan mengajukan izin ke Kepala Desa, Mitra KWT Maju Bersama, UPTPP Kecamatan Aikmel dan Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Gunung Rinjani. Proses persiapan acara pengabdian dilanjutkan dengan menyusun jadwal kegiatan pelatihan, menyiapkan alat dan bahan, dan menyiapkan teknologi untuk pelatihan manajemen pemasaran dan pembuatan makanan lokal dari singkong.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Setelah melakukan observasi dan survei lokasi di mitra Kelompok Wanita Tani (KWT) Maju Bersama, kegiatan Focus Group Discussion (FGD) dilakukan dengan anggota KWT. Hasil yang diperoleh dari FGD yaitu masih banyaknya anggota yang belum memahami penggunaan teknologi mesin pemotong kripik dan oven, serta belum mengetahui bagaimana cara memasarkan suatu produk dengan manajemen pemasaran yang baik. Untuk itu tim pengabdian melakukan pendekatan melalui diskusi dan tanya jawab mengenai persiapan yang akan dilakukan pada saat pelatihan nanti. Pendekatan ini menurut ahli.

Selanjutnya kegiatan pelatihan dihadiri oleh anggota KWT sebanyak 18 orang, karena 2 anggota berhalangan hadir. Kegiatan pertama yang dilakukan yaitu dengan memberikan pretest kepada peserta pelatihan (anggota KWT) mengenai pelatihan manajemen pemasaran dan pelatihan pembuatan olahan produk pangan lokal. Pretest dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman melalui skoring pada setiap anggota KWT dalam mempersiapkan pelatihan yang akan diikuti. Indikator pretest dilihat dari aspek seberapa jauh pengalaman para anggota KWT dalam mengikuti pelatihan olahan pangan lokal dan pelatihan manajemen pemasaran yang pernah diikuti sebelumnya ataupun tidak pernah sama sekali. Berikut hasil pretest anggota KWT Maju Bersama dapat dilihat pada tabel di bawah berikut:

Tabel 1. Hasil Pretest yang dilakukan ke anggota KWT Maju Bersama terkait Pelatihan Olahan Pangan Lokal dan Pelatihan Manajemen Pemasaran

No.	Pertanyaan Pretest	Jumlah anggota (org)	Percentase (%)
1.	Pernah mengikuti pelatihan olahan pangan lokal	8	44,5
2.	Pernah mengikuti pelatihan manajemen pemasaran	3	16,7
3.	Pernah membuat produk olahan pangan sendiri	10	55,6
4.	Pernah menemukan kendala pada saat memproduksi olahan pangan sendiri	8	44,5
5.	Cara menemukan solusi apabila menemukan kendala dengan cara diskusi kelompok	13	72,3
6.	Pernah menemukan kendala saat memasarkan produk karena tidak tahu	6	33,4
7.	Pernah merasa tersaingi dengan produk pesaing yang lebih bagus dari segi kualitas maupun kuantitas	4	22,3
8.	Pernah merasa tidak dapat bersaing dengan produk yang harganya jauh lebih mahal	5	27,8
9.	Pernah merasa tidak mengerti dengan langkah berikutnya dalam memasarkan suatu produk	15	83,4

Sumber: data diolah (2025)

Dari tabel di atas menjabarkan hasil dari pretest, yang mana hasil tertinggi terdapat pada pertanyaan terkait anggota KWT Maju Bersama sebanyak 83,4 % atau 15 anggota tidak mengerti langkah-langkah berikutnya terkait pemasaran produk, dalam artian banyaknya anggota belum memahami manajemen pemasaran produk. Oleh karena itu dibutuhkan sosialisasi yang menjelaskan terkait strategi pemasaran sederhana. Kegiatan konsumen bermula dan berakhir pada konsumen, pemasaran mencakup banyak hal di antaranya mulai dari menentukan kebutuhan konsumen hingga mencapai kepuasan konsumen (Nurdin, 2018).

Sementara hasil berikutnya sebanyak 72,3% atau 13 anggota KWT Maju Bersama menemukan solusi secara diskusi kelompok jika menemukan kendala dalam proses olahan produk dan pemasaran. Selanjutnya hasil persentase terkecil yakni 16,7% atau sebanyak 3 anggota KWT pernah mengikuti pelatihan manajemen pemasaran, dalam artian sebanyak 15 anggota KWT belum pernah mengikuti pelatihan, sehingga banyak dari mereka belum memahami cara pemasaran sederhana mencakup pemasaran dengan metode 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) atau produk, harga, tempat dan promosi.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pemberian materi berupa manajemen pemasaran sederhana, yang diberikan langsung oleh tim pengabdian pada bidang ahli ekonomi.

Pelatihan manajemen pemasaran sederhana yang diberikan mencakup bagaimana cara memasarkan suatu produk dengan melihat metode 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) atau produk, harga, tempat dan promosi biasanya sering disebut juga sebagai bauran pemasaran 4P. Bauran pemasaran 4P ini sering digunakan untuk melihat elemen seperti harga, produk, lokasi, dan promosi yang mempengaruhi volume penjualan (Abiddin dan Utama, 2017). Semua komponen bauran pemasaran harus bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan dan mencapainya. Ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran memiliki kemampuan untuk menentukan tingkat keberhasilan pemasaran, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Anggraeni dan Iriani, 2021).

Berikutnya mengidentifikasi target pasar berupa sasaran konsumen yang harus ditentukan terlebih dahulu misal, sasaran usia konsumen 15-40 tahunan, selanjutnya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, misalnya kripik singkong dengan aneka rasa atau bolu tape singkong dengan berbagai macam ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Lebih lanjut dengan memberikan tujuan pemasaran yang tepat sehingga dapat meningkatkan penjualan setidaknya 25% lebih banyak daripada saat produksi awal. Selain itu KWT Maju Bersama bisa membangun sebuah branding dari produk yang dipasarkan agar lebih menarik peminat konsumen.

Dalam pelatihan manajemen pemasaran adapun strategi yang harus diterapkan, yakni dengan membuat produk yang mampu menarik perhatian konsumen dengan memberikan makna yang mendalam pada produk seperti kemasan yang menarik, rasa yang berbeda dan hal-hal yang berkualitas dari segi bahan baku dan higienitas produksinya. Dari segi harga, ditentukan sesuai dengan biaya produksi dilihat dari aspek biaya tetap dan biaya tidak tetapnya, kemudian dilanjutkan dengan kemasan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Untuk lokasi pemasaran dapat dilakukan secara langsung melalui menitipkan di warung makan, toko kelontong dan minimarket lokal lainnya, pemasaran secara tidak langsung (online), dapat juga dilakukan via marketplace (Instagram), sosial media (Facebook dan WhatsApp). Strategi pemasaran lainnya yakni membuat promosi yang dapat dicantumkan di media sosial, dengan memberikan iklan berbayar dan mengikuti event-event bazar kuliner lokal yang mampu menarik konsumen secara langsung. Sejalan dengan hasil penelitian (Widayati & Augustinah, 2019) menyatakan bahwa tujuan utama dari promosi adalah promosi mencakup segala macam bentuk komunikasi persuasif yang digunakan untuk menginformasikan pembeli tentang barang

atau jasa dengan tujuan mendorong mereka untuk membeli. Ini termasuk periklanan, penjualan individu, dan publisitas.



Gambar 1. Pelatihan Manajemen Pemasaran

Partisipasi aktif ibu-ibu KWT Maju Bersama dalam mengikuti pelatihan manajemen pemasaran sangat dibutuhkan, karena mereka pelaku utama dalam keberhasilan mencapai peningkatan tingkat kesejahteraan rumah tangga tani. Hal ini sesuai dengan teori pengabdian masyarakat yang menekankan bahwa masyarakat, pemerintah, dan perguruan tinggi harus bekerja sama untuk membuat dan melaksanakan program yang bermanfaat bagi masyarakat (Pohan dan Angkat, 2023). Sehingga dalam pendekatan program pengabdian ini dapat diharapkan memacu produktivitas KWT Maju Bersama dapat membentuk pemberdayaan masyarakat khususnya pada sektor ekonomi dan pertanian khususnya dalam peningkatan produksi olahan pangan lokal. Sesi berikutnya yaitu pelatihan pembuatan kripik singkong dan bolu tape singkong. Adapun langkah-langkah pelatihan pembuatan kripik singkong, yaitu dimulai dengan menyiapkan alat dan bahan. Alat berupa: mesin pemotong kripik, alat pemasak, spatula, serok, kompor, baskom *stainless* dan bahannya berupa: singkong, minyak, bumbu aneka rasa. Lebih lanjut langkah dalam pembuatan kripik yaitu:

- a. mengupas singkong hingga bersih, kemudian mencuci singkong,
- b. memasukkan singkong yang telah dibersihkan ke dalam mesin pemotong kripik hingga terpotong dengan rata.
- c. Singkong yang telah terpotong atau tercacaht dipindahkan ke dalam baskom *stainless* untuk selanjutnya dilakukan penggorengan.
- d. Langkah selanjutnya yaitu dengan menggoreng kripik pada minyak panas hingga kecokelatan.
- e. Kemudian memberikan bumbu perasa pada kripik singkong yang telah digoreng dengan bumbu aneka rasa (rasa original dan balado).

- f. Selepas itu kripik dibiarkan dingin dan dikemas dengan kemasan yang telah tersedia dan siap dipasarkan. Berikut dokumentasi kegiatan pelatihan pembuatan kripik singkong dan tertera pada dokumentasi di bawah ini.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Kripik oleh KWT Maju Bersama

Sesi kedua pelatihan yaitu pembuatan bolu tape singkong. Langkah-langkah pembuatannya adalah sebagai berikut, penyiapan alat dan bahan yang digunakan, alat berupa: Loyang, cetakan bolu (wadah), nampang, *mixer* kue (mesin pengaduk), sendok pengaduk, mesin oven Getra. Bahan berupa: tape singkong yang sudah matang sebanyak 500 gram, susu cair UHT sebanyak 250 ml, susu kental manis (SKM) sebanyak 260 ml, tepung terigu sebanyak 750 gram, susu bubuk sebanyak 100 gram, gula pasir sebanyak 750 gram, telur sebanyak 20 butir (dalam setiap bolu dibutuhkan kurang lebih 3 butir telur), SP (pelunak kue) sebanyak 25 gram, dan terakhir mentega secukupnya.

Cara pembuatan bolu tape singkong dilakukan dengan beberapa tahapan:

- a. Menghaluskan tape singkong hingga halus dan tidak memiliki tekstur permukaan yang kasar.
- b. Mencampur gula sebanyak 750gram atau sesuai selera dengan telur sebanyak 20 butir untuk 6 sampai 7 resep bolu tape.
- c. Tuangkan ke dalam *mixer* kue selama 15-20 menit hingga adonan kue bolu mengembang.
- d. Langkah berikutnya dengan memberikan SKM ke dalam tape sebanyak 260 ml.
- e. Sementara menunggu adonan mengembang, sebaiknya menyiapkan Loyang dengan mengoleskannya dengan mentega dan memanaskan mesin oven Getra untuk memanggang bolu tape.
- f. Campur adonan kering (tepung terigu, susu bubuk, SP) ke dalam adonan bolu.
- g. Terakhir mencampurkan margarin dan tape singkong ke dalam adonan hingga adonan kalis.
- h. Memasukkan adonan bolu ke dalam Loyang dan siap untuk dipanggang dalam oven dengan suhu 150 derajat Celcius dengan kurun waktu 25 menit.

- i. Jika sudah selesai proses pemanggangan bolu, kemudian bolu diangkat dengan nampan dan ditunggu hingga bolu tape dingin dan siap dikemas kemudian dipasarkan.

Adapun dokumentasi pelatihan pembuatan bolu tape singkong dapat dilihat pada gambar di bawah berikut:



Gambar 3. Proses pelatihan pembuatan bolu tape singkong

Sesi terakhir yaitu dengan mengadakan Post Test untuk melihat hasil evaluasi pelatihan yang telah dilakukan. Tujuannya untuk mengukur seberapa jauh pemahaman ibu-ibu anggota KWT Maju Bersama dalam menangkap ilmu pengetahuan yang telah disalurkan melalui kegiatan pelatihan pada pengabdian masyarakat kali ini. Adapun hasil Post Test adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Post Test yang dilakukan ke anggota KWT Maju Bersama terkait Pelatihan Olahan Pangan Lokal Dan Pelatihan Manajemen Pemasaran

No.	Pertanyaan Post Test	Jumlah anggota (org)	Percentase (%)
1.	Memahami pelatihan olahan pangan lokal dan pelatihan manajemen pemasaran	18	100
2.	Memahami manajemen pemasaran dari aspek produk	14	77,8
3.	Memahami manajemen pemasaran dari aspek harga	9	50
4.	Memahami manajemen pemasaran dari aspek tempat pemasaran	18	100
5.	Memahami manajemen pemasaran dari aspek promosi produk	18	100

Sumber: data diolah (2025)

Tabel 2 di atas menunjukkan hasil terbanyak diperoleh dari pelatihan yang telah dijalani oleh 18 anggota KWT Maju Bersama, di mana hasil 100% masing-masing telah dicapai dalam memahami pelatihan olahan pangan lokal dan pelatihan manajemen pemasaran yang telah dilakukan pada program pengabdian, selanjutnya ke 18 anggota KWT Maju Bersama telah memahami proses manajemen pemasaran dari aspek tempat dan promosi produk. Hal tersebut menandakan pelatihan ini telah mencapai pemahaman ilmu pengetahuan terkait strategi-

strategi pemasaran yang telah diberikan oleh tim pengabdian pada saat berjalannya program pelatihan manajemen pemasaran sederhana.

Tahap Tindak Lanjut Program

Pada tahap ini dilakukan pendampingan dan *monitoring* produksi olahan pangan lokal dengan bahan utama singkong hingga menjadi beberapa produk. *Monitoring* dilakukan untuk melihat proses pengemasan produk hingga ke proses pemasaran produk. Hasil *monitoring* yang dilakukan diperoleh hasil produk sudah dikemas dalam kemasan plastik sederhana pada kripik singkong dan mika plastik pada produk bolu tape singkong dan beberapa produk olahan pangan lokal lainnya. Hal ini sesuai dengan penelitian (Putri et al., 2022) bahwa cara untuk mendapatkan sistem pemasaran yang lebih baik termasuk perancangan produk yang baik, penetapan harga yang tepat, dan promosi produk. Selain itu, untuk mencakup pasar yang lebih luas, *reseller* harus memaksimalkan pemasaran mereka untuk mencapai lebih banyak pelanggan.

Dari hasil *monitoring*, pengemasan tersebut mampu menghasilkan tingkat penjualan sebesar 25% dari sebelumnya hanya 10% saja. Berikut gambaran produk yang telah dikemas dan siap dipasarkan di bawah ini.



Gambar 4. Proses pengemasan produk singkong dan proses pemasaran kripik

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian telah berjalan sesuai dengan perencanaan dan telah direalisasikan sesuai capaian. Tingkat pencapaian yang diperoleh oleh KWT Maju Bersama ditandai dengan peningkatan pemahaman terkait proses produksi olahan kripik pangan lokal dan tercapainya cara strategi manajemen pemasaran sederhana. Maka pada kegiatan pengabdian melalui diversifikasi pangan lokal yang dicanangkan telah berhasil diimplementasikan pada ibu-ibu anggota KWT Maju Bersama di Desa Kembang Kerang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada DRPTM Hibah Kemendiktisaintek atas dana yang telah diberikan, dan dukungan serta partisipasi berbagai pihak yang terlibat. Kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Gunung Rinjani, untuk kami tim pengabdian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas keterlibatan berbagai pihak.

DAFTAR REFERENSI

- Abiddin, M. Z., Mas'udin, I., & Utama, D. M. (2017). Pemilihan strategi pemasaran dengan metode SWOT dan TOPSIS. *Jurnal Teknik Industri*, 18(1), 55–67. <https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol18.No1.55-67>
- Adi, D., & Elisabeth, A. (2018). Kelayakan finansial dan nilai tambah pengolahan ubi kayu di Barito Koala, Kalimantan. *Jurnal Penelitian Pertanian Tanaman Pangan*, 2(2), 129–136. <https://doi.org/10.21082/jpptp.v2n2.2018.p129-136>
- Ainal Ikram, I. C. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui diversifikasi pangan melalui inovasi pangan lokal dari singkong. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 271–278.
- Anggraeni, V. B., & Iriani, I. (2021). Analisis strategi pemasaran produk tikar dengan konsep 4P (price, product, place, promotion), AHP (Analytical Hierarchy Process) dan TOPSIS di CV. XYZ. *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, 2(3), 167–178. <https://doi.org/10.33005/juminten.v2i3.281>
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Luas panen, produksi, dan produktivitas ubi kayu menurut kabupaten/kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2018*. World Development, 1(1).
- Djamar, R. (2025). *Indonesia's agricultural diversification and innovation: Strategies to respond to global crisis*.
- Ilham, K. P. (2017). *Pengaruh konsentrasi ragi tempe dan lama fermentasi terhadap kualitas tepung MocAF (Modified Cassava Flour)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Mulyaningsih, A., Astuti, A., & Haryanto, Y. (2021). Empowerment of farmers in diversification of local food. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(10), 144–150.
- Nurdin, J. (2018). Strategi pemasaran tepung Mocaf sebagai bahan substitusi tepung terigu pada industri pangan olahan di Makassar. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 1(2), 59–65.
- Pamungkas, S. D., Pratiwi, D. I., Rahmadani, P. A., & Winanto, A. R. (2024). The potential of cassava processing as an alternative food diversification substitute for rice. *JIPDIMAS: Journal of Innovation and Development of Community Service Results*, 2(2), 289–307. <https://doi.org/10.61650/jip-dimas.v2i2.626>
- Pohan, Z. R. H., Ramli, Efendi, S., & Angkat, I. (2023). Beyond budget, village funds and budget politics: A community service webinar. *SEURAYA Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).

- Putri, R. I. H., Suroso, E., Yuliandari, P., & Utomo, T. P. (2022). Strategi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di Kota Bandar Lampung: Studi kasus di home industry B. Co Bandar Lampung. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 1(1), 12–28.
- Suraningsih, M. S., Vitayala, A., Sadono, D., & Susanto, D. (2016). Women farmers' participation and empowerment to support family food self-sufficiency. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 32(2), 319–328. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v32i2.1846>
- Triputra, A. R., Amantha, G. K., & Umayasari, U. (2025). Strengthening local food security through community empowerment in the production of Malika black soybeans in Tulang Bawang Regency.
- Widayati, W., & Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi makanan ringan kripik singkong di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 4(2). <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>