

PEMBERDAYAAN EKONOMI LOKAL MELALUI PRODUKSI KERIPIK NANAS DI DESA ALAI OLEH MAHASISWA KKN-T

Rizki Dwi Rahmat, Yeni, Lukita Tripermata, Zenal Mutaqin

Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri,
rizkidwurahmat0609@gmail.com

Abstract

This community service aims to empower the local economy in Alai Village through pineapple chip production, involving KKN-T UIGM students. The program is driven by the village's significant potential as a pineapple producer, though its utilization has been limited to fresh fruit sales without processing innovations. The goal is to add value to pineapple products by introducing pineapple chips, which is expected to have a positive economic impact on the local community. The methods used include training in pineapple chip production, production management, and digital marketing for local business groups. The results show an increase in the community's skills in processing pineapples into chips and a greater understanding of the importance of digital marketing. Additionally, there was an increase in income for local business groups that managed to market their products more widely. This service contributes to the development of knowledge in education by introducing simple technological innovations that can be adopted in small and medium enterprises (SMEs) in other villages, while also providing students with practical experience in implementing marketing and entrepreneurship theories.

Keywords: Economic Empowerment, Pineapple Chips, KKN-T, Product Innovation, Alai Village.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan ekonomi lokal di Desa Alai melalui produksi keripik nanas yang melibatkan mahasiswa KKN-T UIGM. Kegiatan ini didorong oleh potensi besar Desa Alai sebagai penghasil nanas, namun pemanfaatannya masih terbatas pada penjualan buah segar tanpa inovasi pengolahan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk nanas melalui inovasi olahan keripik nanas, yang diharapkan dapat memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat setempat. Metode yang digunakan adalah pelatihan pembuatan keripik nanas, manajemen produksi, dan pemasaran digital bagi kelompok usaha di desa. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengolah nanas menjadi keripik, serta peningkatan pemahaman mereka tentang pentingnya pemasaran digital. Selain itu, terdapat peningkatan pendapatan bagi kelompok usaha lokal yang telah mampu memasarkan produk mereka secara lebih luas. Pengabdian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pendidikan dengan memperkenalkan inovasi teknologi sederhana yang dapat diadopsi dalam usaha kecil menengah (UKM) di desa-desa lain, serta memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam implementasi teori pemasaran dan kewirausahaan.

Keywords: Pemberdayaan Ekonomi, Keripik Nanas, KKN-T, Inovasi Produk, Desa Alai.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi lokal merupakan salah satu upaya penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Desa Alai, sebagai

salah satu penghasil nanas yang cukup besar di Kabupaten Ogan Ilir, memiliki potensi ekonomi yang belum sepenuhnya tergarap. Selama ini, hasil produksi nanas di desa ini hanya dijual dalam bentuk buah segar, yang nilai

tambahnya relatif rendah. Pengembangan industri olahan berbasis komoditas lokal seperti keripik nanas dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Pemanfaatan potensi lokal melalui inovasi produk mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang usaha baru di tingkat desa (Sutrisno, 2020).

Menurut Nugraha (2021), pemberdayaan ekonomi berbasis produk lokal merupakan salah satu strategi efektif dalam meningkatkan daya saing ekonomi pedesaan. Inovasi produk, seperti pengolahan nanas menjadi keripik, tidak hanya meningkatkan nilai tambah tetapi juga memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Selain itu, pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan keterampilan dan manajemen usaha dapat meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di desa (Wahyudi, 2020).

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa digital marketing dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan pemasaran produk desa di era digital (Yusuf, 2019). Dengan memanfaatkan teknologi digital, produk lokal dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dalam konteks ini, pelatihan pemasaran digital menjadi sangat penting untuk mendukung keberhasilan program pemberdayaan ekonomi lokal (Anggraini, 2018).

Selain itu, pengabdian masyarakat oleh mahasiswa memiliki peran penting dalam mendorong inovasi dan pengembangan usaha di desa. Mahasiswa sebagai agen perubahan dapat berperan dalam memberikan edukasi dan pendampingan kepada masyarakat desa (Lestari, 2020). Program KKN-T ini

memberikan peluang bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari di bangku kuliah, seperti manajemen produksi, kewirausahaan, dan pemasaran, dalam kehidupan nyata (Hidayat, 2019).

Pengolahan nanas menjadi keripik adalah salah satu bentuk inovasi produk yang dapat memberikan manfaat ekonomis bagi masyarakat. Menurut penelitian Setiawan (2017), diversifikasi produk berbasis hasil pertanian dapat meningkatkan pendapatan petani dan mengurangi ketergantungan pada harga pasar komoditas utama. Di sisi lain, pemberdayaan melalui pengolahan produk pertanian lokal juga dapat meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat (Susilo, 2019).

Secara keseluruhan, pengembangan produk olahan nanas ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Alai. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dari mahasiswa KKN-T UIGM, masyarakat dapat memanfaatkan potensi nanas secara optimal dan berkelanjutan, serta meningkatkan daya saing produk lokal di pasar (Firdaus, 2020). Pemberdayaan berbasis komoditas lokal juga mendukung terciptanya ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat pedesaan (Pratama, 2021).

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan partisipatif, di mana masyarakat Desa Alai dilibatkan secara aktif dalam setiap langkah pelaksanaan program. Program diawali dengan observasi dan identifikasi potensi lokal serta kebutuhan masyarakat terkait

pengolahan nanas. Setelah itu, dilaksanakan pelatihan produksi keripik nanas yang mencakup pemilihan bahan baku, teknik pengolahan, hingga pengemasan. Pelatihan ini bersifat langsung dan praktis, dengan mahasiswa KKN-T UIGM berperan sebagai fasilitator. Selain pelatihan produksi, masyarakat juga diberikan materi tentang manajemen usaha, termasuk manajemen keuangan sederhana, penentuan harga jual, dan strategi pemasaran. Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk juga diperkenalkan untuk membantu memperluas jangkauan pasar. Evaluasi dilakukan melalui diskusi dan feedback secara berkelanjutan untuk menilai peningkatan keterampilan serta kesiapan masyarakat dalam menjalankan usaha secara mandiri. Metode ini bertujuan agar masyarakat tidak hanya menerima pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkannya dalam praktik sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Alai oleh mahasiswa KKN-T UIGM bertujuan untuk memberdayakan ekonomi lokal melalui pemanfaatan komoditas unggulan desa, yaitu nanas. Pengolahan nanas menjadi produk olahan bernilai tambah seperti keripik nanas menjadi salah satu fokus utama dari program ini. Sebelumnya, Desa Alai hanya mengandalkan penjualan nanas dalam bentuk buah segar, yang memberikan margin keuntungan kecil dan terbatas pada pasar lokal. Oleh karena itu, inovasi dalam bentuk pengolahan nanas menjadi keripik diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan memperluas peluang pasar dan meningkatkan nilai tambah produk.

Mahasiswa yang tergabung dalam program KKN-T ini bertindak sebagai fasilitator yang memberikan pelatihan secara langsung kepada masyarakat Desa Alai, mulai dari pemilihan nanas yang baik, teknik pengolahan hingga strategi pemasaran produk. Pelatihan ini tidak hanya fokus pada aspek teknis pembuatan keripik, tetapi juga mencakup pengemasan produk dan pemasaran digital. Dengan adanya pengenalan teknologi pemasaran melalui platform digital, diharapkan jangkauan pasar produk olahan nanas ini tidak hanya terbatas pada konsumen lokal, tetapi juga bisa menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan nasional.

Melalui pengabdian ini, masyarakat tidak hanya diberikan pengetahuan tentang teknik produksi, tetapi juga keterampilan manajerial dan pemasaran yang dapat mendukung keberlanjutan usaha mereka. Partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap kegiatan juga memberikan dampak positif dalam membangun rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap pengembangan usaha lokal yang berbasis pada potensi desa.



Gambar 1. Proses Pengolahan

Gambar diatas menggambarkan proses detail pembuatan keripik nanas mulai dari awal hingga menjadi produk jadi. Gambar menunjukkan tahapan pengolahan nanas, mulai dari penghancuran atau pemarkutan daging nanas untuk dijadikan adonan dasar hingga proses pembentukan dan penggorengan keripik. Dalam pelatihan

ini, masyarakat tidak hanya diajarkan cara mengolah nanas dengan benar, tetapi juga diberikan tips agar hasil akhir keripik memiliki tekstur yang renyah dan rasa yang lezat. Setiap tahap dijelaskan dengan detail oleh mahasiswa, mulai dari pemilihan nanas berkualitas, cara memarut, mencampur bahan dengan adonan tepung, hingga teknik penggorengan yang tepat agar hasil keripik tidak terlalu berminyak dan memiliki warna yang menarik.

Selain teknik produksi, dalam foto ini juga terlihat proses yang memperlihatkan bagaimana adonan nanas dibentuk dan dipotong menjadi ukuran yang seragam. Hal ini penting untuk menjaga konsistensi produk yang dijual, sehingga semua keripik memiliki ukuran dan tekstur yang seragam. Pelatihan semacam ini menjadi kunci bagi masyarakat dalam memahami pentingnya menjaga kualitas produk agar dapat bersaing di pasaran. Teknik-teknik sederhana namun efektif ini diharapkan bisa langsung diterapkan oleh masyarakat dalam usaha mereka sehari-hari.



Gambar 2. Produk Akhir Kripik Nanas

Gambar diatas menunjukkan hasil dari pelatihan yang dilakukan, yaitu keripik nanas yang sudah dikemas dalam wadah plastik transparan. Tampilan produk ini sederhana namun tetap memperlihatkan kualitas produk yang menarik. Kemasan yang bersih dan rapi menjadi salah satu fokus dari pelatihan, karena kemasan yang baik tidak hanya

berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga berperan dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk di pasar. Masyarakat Desa Alai diajarkan bahwa pengemasan adalah bagian penting dari pemasaran yang dapat membedakan produk mereka dari produk lain di pasaran.

Dengan hasil keripik yang tampak renyah dan berwarna keemasan, ini menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan nanas berjalan dengan baik. Warga desa berhasil mengikuti tahapan-tahapan pembuatan keripik nanas mulai dari pemilihan nanas, proses pamarutan, penggorengan, hingga pengemasan dengan kualitas yang cukup baik. Keripik nanas ini diharapkan menjadi produk unggulan desa yang dapat dipasarkan lebih luas melalui strategi pemasaran digital yang telah diajarkan kepada masyarakat selama pelatihan.



Gambar 3. Kegiatan Bersama Masyarakat

Gambar diatas diambil setelah pelaksanaan pelatihan pembuatan keripik nanas, di mana terlihat seluruh peserta kegiatan baik mahasiswa KKN-T UIGM maupun masyarakat Desa Alai yang terlibat berfoto bersama. Momen ini menandakan keberhasilan dalam membangun kerjasama antara mahasiswa dan masyarakat. Program ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga menguatkan hubungan sosial dan kolaborasi antara generasi muda dan warga desa. Mahasiswa KKN-T berperan

sebagai mentor, mendampingi warga dalam proses produksi keripik nanas. Partisipasi aktif warga dalam pelatihan ini menunjukkan antusiasme dan keseriusan mereka dalam meningkatkan keterampilan dan kapasitas usaha.

Dalam foto ini, terlihat juga bahwa kegiatan pengabdian melibatkan banyak anggota masyarakat, terutama ibu-ibu rumah tangga, yang diharapkan dapat menjadi motor penggerak usaha olahan keripik nanas di desa ini. Pengembangan keterampilan ini akan sangat berperan dalam membuka peluang usaha baru bagi mereka yang sebelumnya belum memiliki sumber penghasilan tetap. Kebersamaan dalam foto ini menunjukkan bahwa program pengabdian berjalan dengan lancar dan diterima dengan baik oleh masyarakat setempat.

Hasil dari pengabdian ini menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan keterampilan masyarakat Desa Alai dalam mengolah nanas menjadi produk bernilai tambah tinggi. Sebelumnya, pemanfaatan nanas hanya terbatas pada penjualan buah segar dengan nilai ekonomi yang rendah. Melalui pelatihan ini, masyarakat tidak hanya belajar cara membuat keripik nanas, tetapi juga memahami pentingnya pengemasan dan pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk mereka.

Produk keripik nanas yang dihasilkan menunjukkan bahwa warga sudah mulai mampu menghasilkan produk olahan yang layak untuk dipasarkan, baik secara lokal maupun melalui platform digital. Hal ini sesuai dengan penelitian Nugraha (2021) yang menyatakan bahwa inovasi produk lokal dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar produk desa. Pengemasan yang baik serta pemasaran yang lebih luas melalui media digital memberikan peluang bagi produk

ini untuk dikenal lebih luas, bahkan di luar daerah.

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, program ini juga berhasil menciptakan keterampilan baru bagi warga Desa Alai, khususnya ibu-ibu rumah tangga yang dapat menjalankan usaha olahan keripik nanas dari rumah. Hal ini memberikan dampak langsung pada peningkatan pendapatan keluarga, sekaligus mengurangi ketergantungan mereka pada fluktuasi harga komoditas segar seperti nanas. Program ini juga memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa KKN-T UIGM dalam mengimplementasikan teori kewirausahaan dan pemasaran yang dipelajari di kampus ke dalam kehidupan nyata di masyarakat.

Secara keseluruhan, pengabdian ini tidak hanya bermanfaat dari segi ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi pada pengembangan sumber daya manusia di desa. Melalui peningkatan keterampilan, pengenalan teknologi digital, dan pembinaan kewirausahaan, diharapkan Desa Alai dapat terus berkembang dan menjadi contoh bagi desa-desa lain dalam mengelola potensi lokal mereka dengan lebih baik.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T UIGM di Desa Alai menunjukkan hasil yang positif dalam memberdayakan masyarakat melalui inovasi pengolahan nanas menjadi keripik. Melalui pelatihan teknis dan pemasaran digital, masyarakat tidak hanya diberikan keterampilan dalam memproduksi keripik nanas berkualitas, tetapi juga dibekali pengetahuan tentang pentingnya pengemasan yang menarik dan strategi pemasaran yang efektif. Dengan program ini, masyarakat desa

memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pemasaran produk mereka, baik di pasar lokal maupun nasional. Pengabdian ini juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa, yang mampu mengimplementasikan ilmu yang diperoleh di kampus ke dalam kegiatan nyata yang bermanfaat bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada masyarakat Desa Alai yang telah menyambut baik dan berpartisipasi aktif dalam program ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh bagi pelaksanaan kegiatan KKN-T ini. Tak lupa, apresiasi yang tulus juga kami sampaikan kepada seluruh mahasiswa yang telah bekerja keras, berdedikasi, dan bersemangat dalam mengembangkan potensi desa melalui inovasi pengolahan nanas. Semoga hasil dari pengabdian ini membawa manfaat jangka panjang bagi masyarakat Desa Alai dan menjadi langkah awal untuk pengembangan ekonomi desa yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A. (2018). Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital untuk Pengembangan UMKM Desa. *Jurnal Manajemen dan Pemberdayaan*, 12(1), 34-45.
- Firdaus, M. (2020). Pengaruh Pelatihan dan Pendampingan terhadap Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(2), 45-58.
- Hidayat, R. (2019). Peran Mahasiswa dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Desa melalui KKN. *Jurnal Inovasi Sosial*, 7(3), 67-79.
- Lestari, S. (2020). Peran Mahasiswa dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Pemberdayaan dan Inovasi*, 9(4), 56-68.
- Nugraha, D. (2021). Pengembangan Produk Lokal sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Desa. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 10(2), 78-89.
- Setiawan, B. (2017). Diversifikasi Produk Pertanian untuk Peningkatan Kesejahteraan Petani. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 6(1), 123-134.
- Susilo, W. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Industri Pengolahan Produk Pertanian Lokal. *Jurnal Ekonomi Pedesaan*, 8(1), 45-59.
- Sutrisno, R. (2020). Peningkatan Nilai Tambah Produk Pertanian Melalui Inovasi Olahan. *Jurnal Agroindustri dan Teknologi*, 11(2), 92-105.
- Wahyudi, I. (2020). Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Desa dalam Pengelolaan Usaha. *Jurnal Manajemen dan Pengembangan Masyarakat*, 7(2), 33-47.
- Yusuf, A. (2019). Digital Marketing sebagai Solusi Pemasaran Produk Lokal di Era Teknologi. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(3), 89-99.