

Diversifikasi Produk Olahan Nanas untuk Peningkatan Nilai Tambah dan Kesejahteraan Masyarakat Desa Karangjengkol Kabupaten Purbalingga

¹⁾Malinda Aptika Rachmah, ²⁾Dian Novitasari, ³⁾Ajeng Faizah Nijma Ilma*

^{1)*}Program Studi Agribisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

²⁾Program Studi Teknik Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

³⁾Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Jawa tengah Indonesia

Email Corresponding: ajeng.faizah@unsoed.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Dodol nanas Diversifikasi produk Pemasaran digital Desain kemasan Nilai tambah	Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah komoditas nanas di Desa Karangjengkol, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga, melalui pelatihan pembuatan dodol nanas, pengembangan kemasan, dan pemasaran digital. Dodol nanas dipilih sebagai produk unggulan karena memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan buah segar, umur simpan panjang, serta potensi sebagai oleh-oleh khas daerah. Metode pelaksanaan meliputi survei awal, penyusunan modul, pelatihan teori dan praktik produksi dengan resep baku serta standar higiene, pengenalan desain kemasan berbasis vacuum sealer, serta strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Evaluasi dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, serta analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana untuk menilai peningkatan keterampilan, efisiensi produksi, dan nilai tambah ekonomi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan keterampilan teknis peserta. Dodol nanas yang diproduksi memiliki konsistensi rasa, tekstur, dan kualitas kemasan yang sesuai standar. Inovasi kemasan memperpanjang umur simpan produk dari 10 hari menjadi 30 hari, sekaligus meningkatkan daya tarik visual. Dari aspek ekonomi, nilai tambah mencapai $\pm 208\%$ dibandingkan penjualan buah segar, dengan potensi peningkatan pendapatan kelompok tiga hingga lima kali lipat. Dari aspek sosial, partisipasi anggota KWT meningkat dari 45% menjadi 85%. Pemanfaatan limbah kulit nanas menjadi eco-enzyme rata-rata 5 liter per produksi turut mendukung ekonomi sirkular, sementara penggunaan peralatan modern meningkatkan efisiensi kerja hingga 75%. Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pendekatan terpadu melalui pengolahan produk, inovasi kemasan, pemasaran digital, dan pemanfaatan limbah mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi, memperkuat kelembagaan KWT, serta menciptakan peluang usaha berkelanjutan bagi masyarakat desa.
Keywords: pineapple dodol product diversification digital marketing packaging design added value	ABSTRACT <p>This community service program is designed to increase the added value of pineapple commodities in Karangjengkol Village, Kutasari District, Purbalingga Regency, through training in pineapple dodol production, digital marketing, and the development of attractive packaging that meets food safety standards. Pineapple dodol was chosen as the main product because it has high selling value, a long shelf life, and great potential as a regional souvenir. The implementation methods included preliminary surveys, training module development, production practice assistance, packaging design training, and offline and digital marketing strategies. Evaluation was conducted through observation, interviews, and documentation, as well as simple qualitative and quantitative descriptive analysis to measure product added value and income potential. The results of the activity showed an increase in the participants' technical skills in processing pineapple dodol with consistent taste, texture, and packaging quality. The brand identity "Oleh-Oleh Khas Karangjengkol" was successfully developed with ready-to-sell packaging designs and social media-based promotional content. The potential for increased income reached 200-250% compared to fresh fruit sales.</p> <p>This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p> 

I. PENDAHULUAN

Pertanian menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat di berbagai wilayah pedesaan di Indonesia. Salah satu daerah yang memiliki potensi besar adalah Desa Karangjengkol, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga. Daerah ini dikenal sebagai sentra produksi nanas dengan kualitas rasa yang khas, namun mayoritas hasil panen masih dipasarkan dalam bentuk buah segar dengan harga relatif rendah, yakni sekitar Rp2.500–Rp3.000 per buah pada saat panen raya. Harga yang fluktuatif membuat petani sulit memperoleh keuntungan maksimal dan mengurangi ketahanan usaha mereka.

Dalam konteks peningkatan nilai tambah, nanas merupakan komoditas yang dapat diolah menjadi berbagai produk turunan bernilai ekonomi tinggi, salah satunya dodol nanas (Febrina & Azmi, 2019). Produk ini memiliki beberapa keunggulan (Puspasari et al., 2022):

1. Umur simpan panjang (hingga beberapa bulan bila dikemas dengan baik).
2. Citarasa manis legit dan tekstur kenyal yang sesuai selera pasar oleh-oleh Indonesia.
3. Nilai jual berkali lipat dibandingkan buah segar.

Namun, keterampilan masyarakat dalam mengolah dodol nanas secara modern dan higienis masih terbatas. Proses produksi tradisional belum menggunakan standar resep baku, suhu pengolahan, maupun teknik pengemasan kedap udara (Safitri, 2017). Akibatnya, kualitas produk tidak seragam, umur simpan pendek, dan daya tarik visual kurang kuat (Mestika Silalahi & Yosef Manik, 2019). Di sisi lain, akses pemasaran digital juga belum dimanfaatkan optimal sehingga pasar terbatas pada lingkup lokal.

Peningkatan kapasitas masyarakat, terutama anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekarsari, menjadi faktor kunci dalam memanfaatkan potensi komoditas nanas. Pelatihan pembuatan dodol nanas dirancang untuk memberikan keterampilan praktis dalam mengolah nanas menjadi produk bernilai jual tinggi dengan resep terukur, teknik pengolahan modern, pengemasan menarik, dan promosi digital (Ningrum et al., 2024).

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan:

1. Produk dodol nanas dapat diproduksi dengan standar rasa dan kualitas yang konsisten.
2. Desain kemasan lebih menarik, informatif, dan memenuhi persyaratan pemasaran (label gizi sederhana, tanggal kedaluwarsa, dan identitas usaha).
3. Pemasaran dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk wisatawan, toko oleh-oleh, dan pembeli daring (online).

Berbagai penelitian telah menunjukkan keberhasilan diversifikasi produk pertanian dalam meningkatkan nilai ekonomi komoditas hortikultura. Pengolahan produk hortikultura menjadi makanan olahan meningkatkan nilai jual 2–5 kali lipat dibandingkan penjualan segar (Agustina et al., 2014). Pentingnya desain kemasan sebagai faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen, terutama di pasar oleh-oleh (Enjellah et al., 2024).

Pendekatan ekonomi sirkular sangat penting dalam pengembangan produk olahan (Fathurohman et al., 2020). Limbah hasil pengolahan, seperti kulit nanas, dapat diolah menjadi eco-enzyme yang memiliki nilai ekonomi tambahan serta berkontribusi pada pengurangan limbah organik (Wahyuni et al., 2025). Namun, penelitian yang berfokus pada rantai nilai komoditas nanas dari produksi dodol hingga pemasaran digital dan desain kemasan di tingkat desa masih terbatas (Faradillah et al., 2025). Oleh karena itu, program pengabdian ini memiliki kebaruan dengan pendekatan terintegrasi yang menggabungkan pelatihan teknis, inovasi kemasan, dan strategi pemasaran modern.

Kebaruan kegiatan pengabdian ini terletak pada beberapa aspek, yaitu: (1) produk dodol nanas yang berhasil diposisikan sebagai ikon oleh-oleh desa dengan nilai jual tertinggi dibandingkan produk turunan nanas lainnya, (2) integrasi berlapis antara pelatihan teknis produksi, desain kemasan, dan strategi pemasaran digital yang dipadukan dalam satu paket kegiatan komprehensif, (3) penerapan pendekatan ekonomi sirkular dengan memanfaatkan limbah kulit nanas menjadi produk sampingan eco-enzyme bernilai guna, serta (4) penguatan kelembagaan Kelompok Wanita Tani (KWT) sebagai motor penggerak produksi sekaligus entitas bisnis lokal yang berkelanjutan.

Jika dibandingkan dengan program pengabdian sebelumnya, mayoritas kegiatan masih berfokus pada satu aspek terbatas, misalnya hanya pada pelatihan produksi olahan pangan tanpa menyentuh aspek pemasaran modern dan kelembagaan, atau sekadar memperkenalkan diversifikasi produk tanpa menyiapkan strategi keberlanjutan ekonomi melalui pemanfaatan limbah dan penguatan kelembagaan lokal. Dengan kata lain, program terdahulu cenderung bersifat parsial dan belum mengintegrasikan dimensi produksi, pemasaran, keberlanjutan lingkungan, serta kelembagaan dalam satu kerangka kegiatan.

Analisis kesenjangan ini menegaskan bahwa kontribusi baru dari kegiatan ini adalah menghadirkan model pengabdian terintegrasi yang tidak hanya menghasilkan produk bernilai tambah tinggi, tetapi juga memperkuat daya saing pasar, mengurangi limbah melalui ekonomi sirkular, dan membangun kelembagaan lokal yang siap menjadi aktor ekonomi desa.

Tujuan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan teknis pembuatan dodol nanas dengan resep baku, teknik pengolahan modern, dan prosedur hygiene, mengembangkan desain kemasan yang menarik dan memenuhi standar pemasaran, meningkatkan keterampilan pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce, menghitung nilai tambah yang dihasilkan dari produksi dodol nanas dibandingkan penjualan buah segar, dan memberikan rekomendasi strategis untuk keberlanjutan usaha berbasis produk olahan nanas di Desa Karangjengkol.

II. MASALAH

Desa Karangjengkol merupakan salah satu sentra produksi nanas di Kabupaten Purbalingga dengan populasi tanaman nanas yang cukup luas dan produktivitas yang tinggi. Masyarakat setempat mayoritas bekerja sebagai petani dengan skala usaha kecil hingga menengah. Namun, pola pemasaran yang diterapkan masih bersifat tradisional, yaitu menjual buah segar kepada pengepul atau di pasar lokal dengan harga yang cenderung rendah pada saat panen raya. Rendahnya nilai jual disebabkan oleh beberapa faktor seperti keterbatasan keterampilan pengolahan – masyarakat belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang teknik pengolahan nanas menjadi produk olahan bernilai tinggi (Akbar et al., 2025) seperti dodol, peralatan produksi sederhana, belum tersedianya peralatan modern seperti kompor bertekanan, pengaduk otomatis, atau vacuum sealer untuk menjaga kualitas dan daya simpan, desain kemasan kurang menarik – kemasan produk olahan yang dihasilkan sebelumnya hanya berupa plastik polos atau kertas sederhana tanpa identitas merek serta minimnya akses pasar – pemasaran hanya mengandalkan penjualan langsung dan belum menyentuh platform digital.

Permasalahan utama di Desa Karangjengkol antara lain kualitas produk belum konsisten, tanpa resep baku dan pengendalian proses produksi yang tepat, kualitas dodol nanas cenderung tidak seragam. Variasi rasa, tekstur, dan warna dapat menurunkan kepercayaan konsumen. Desain kemasan kurang memadai, kemasan berfungsi tidak hanya untuk melindungi produk tetapi juga sebagai alat promosi. Kemasan yang tidak menarik membuat produk kalah bersaing dengan oleh-oleh dari daerah lain (Solfiyeni et al., 2025). Pemasaran terbatas, minimnya keterampilan pemasaran digital menyebabkan jangkauan pasar terbatas pada konsumen lokal. Padahal, penjualan daring dapat membuka akses ke pasar yang lebih luas, termasuk luar daerah.



Gambar 1. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat (Desa Karangjengkol)

Akar Permasalahan yang di rangkum awal melalui diskusi kelompok terarah (FGD) menunjukkan bahwa akar permasalahan meliputi rendahnya literasi teknologi pengolahan pangan modern, belum adanya pelatihan desain kemasan yang sesuai standar pemasaran, minimnya pendampingan untuk membangun kanal penjualan online, dan keterbatasan modal untuk membeli peralatan dan bahan kemasan berkualitas. Dampak dari permasalahan di atas adalah nilai tambah komoditas nanas rendah, pendapatan petani dan pelaku usaha mikro berbasis nanas belum optimal, potensi pengembangan merek dagang lokal belum terealisasi, dan limbah kulit nanas belum dimanfaatkan secara maksimal (Pujia et al., 2024).

III. METODE

Mitra kegiatan adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekarsari yang beranggotakan 20 orang, sebagian besar ibu rumah tangga yang memiliki pengalaman dasar dalam pengolahan pangan skala rumah tangga. KWT dipilih karena memiliki peran strategis dalam pengembangan produk olahan dan distribusi hasil usaha. Program pengabdian menggunakan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) yang mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi. Kegiatan dilaksanakan selama 6 bulan, melalui tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
 - a) Survei Awal dan Pemetaan Potensi
Mengidentifikasi kapasitas awal anggota KWT, ketersediaan bahan baku, fasilitas produksi, serta peluang pasar.
 - b) Penyusunan Modul Pelatihan
Modul mencakup resep baku, teknik pengolahan dodol, prosedur higiene, desain kemasan, dan pemasaran digital.
2. Pelatihan Teknis Pembuatan Dodol Nanas



Gambar 2. Praktek Pembuatan Dodol Nanas

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk kombinasi teori dan praktik langsung dengan beberapa topik utama, yaitu:

- a. Formulasi Resep
Peserta belajar menentukan perbandingan bahan utama (*core ingredients*), meliputi nanas segar (1 kg), gula pasir (500 g), santan kelapa (300 ml), tepung ketan (200 g), dan perasa alami seperti daun pandan (2 helai) untuk menambah aroma.
- b. Teknik Memasak
Meliputi pengaturan suhu optimal pada kisaran 80–90°C, waktu pemasakan rata-rata 2,5–3 jam, serta teknik pengadukan berkelanjutan untuk mencegah gosong. Uji tekstur dilakukan dengan metode “tarikan” untuk memastikan elastisitas dodol.
- c. Higiene dan Sanitasi
Peserta dilatih menggunakan sarung tangan sekali pakai, celemek, dan masker. Peralatan produksi (wajan, spatula kayu, baskom, cetakan plastik, dan pisau) disterilisasi dengan air panas 100°C selama 10 menit sebelum digunakan.
- d. Bahan Penunjang Lain
Selain bahan utama, peserta juga diperkenalkan dengan bahan penunjang untuk menjaga kualitas produk, antara lain:
 - 1) Margarin (50 g) untuk mencegah lengket pada wajan.
 - 2) Garam halus (1 sdt) untuk menyeimbangkan rasa manis.
 - 3) Kertas minyak/kemasan plastik *food grade* untuk pembungkus.

- 4) Kotak kemasan karton dengan desain branding lokal.
 - 5) Label produk berisi informasi gizi, izin PIRT, dan tanggal kedaluarsa.
3. Pelatihan Desain Kemasan. Materi pelatihan meliputi:



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Desain Kemasan

- a) Pemilihan bahan kemasan (plastik food grade, mika, kertas kraft).
 - b) Desain label yang informatif (komposisi, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, logo merek).
 - c) Teknik pengemasan menggunakan vacuum sealer untuk memperpanjang umur simpan.
4. Pelatihan Pemasaran. Pelatihan difokuskan pada pemasaran digital dengan materi:
- a) Pembuatan akun toko online di marketplace.
 - b) Penggunaan media sosial untuk promosi (Instagram, Facebook, TikTok).
 - c) Teknik foto produk dan penulisan deskripsi yang menarik.
 - d) Strategi promosi seperti diskon musiman, bundling, dan free ongkir.
5. Pendampingan Produksi dan Evaluasi. Pendampingan dilakukan dalam dua bulan terakhir untuk memastikan peserta dapat:
- a) Memproduksi dodol nanas sesuai standar.
 - b) Mengemas produk dengan baik.
 - c) Mengelola penjualan dan pencatatan keuangan sederhana.
 - d) Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan perbandingan pengetahuan serta keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembuatan dodol nanas yang dilaksanakan bersama anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekarsari terbukti memberikan dampak nyata terhadap peningkatan keterampilan teknis maupun manajerial para peserta. Sebelum kegiatan ini berlangsung, sebagian besar anggota hanya memiliki pengalaman sederhana dalam mengolah nanas, yaitu sebatas membuat manisan buah tanpa memperhatikan aspek teknis seperti pengaturan suhu, tekstur, dan standar kebersihan produksi. Produk yang dihasilkan cenderung tidak konsisten, baik dari sisi rasa maupun tampilan, sehingga kurang memiliki daya tarik di pasar.

Melalui pelatihan, para peserta diperkenalkan pada teknologi pengolahan pangan berbasis resep baku. Salah satu keterampilan inti yang dilatihkan adalah proses pembuatan dodol nanas, sebuah produk olahan dengan nilai tambah yang tinggi dibandingkan penjualan buah segar. Dalam proses ini, peserta belajar bagaimana mengolah nanas dengan pengaturan suhu terukur antara 70–90°C, melakukan pengadukan secara kontinu agar adonan tidak gosong, serta melakukan uji tekstur menggunakan metode “tarikan jari”. Teknik ini membantu memastikan dodol yang dihasilkan tidak terlalu keras maupun lembek, sehingga memiliki konsistensi rasa dan tekstur yang lebih profesional.

Selain keterampilan teknis, aspek keamanan pangan dan higiene produksi juga menjadi perhatian penting dalam pelatihan. Peserta diajarkan prosedur sanitasi sederhana, mulai dari mencuci tangan sebelum mengolah bahan, menjaga kebersihan peralatan masak, hingga penggunaan wadah penyimpanan yang aman. Dengan penerapan prinsip higiene ini, produk dodol nanas tidak hanya memiliki rasa yang lebih baik tetapi juga aman untuk dikonsumsi, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen.

Perubahan signifikan juga terlihat pada aspek pengemasan produk. Sebelum pelatihan, hasil olahan nanas hanya dikemas menggunakan plastik polos tanpa identitas, sehingga tampak sederhana dan kurang menarik. Setelah pelatihan, peserta mampu membuat desain kemasan lebih modern berupa box dengan label berwarna yang memuat informasi lengkap, termasuk nama produk, berat bersih, tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, dan logo “Oleh-Oleh Khas Karangjengkol”. Penerapan teknologi pengemasan dengan vacuum sealer juga meningkatkan daya simpan produk secara signifikan, dari sebelumnya hanya 3–4 hari menjadi 2–3 minggu tanpa perlu menggunakan bahan pengawet kimia. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga membuka peluang distribusi lebih luas, termasuk ke pasar oleh-oleh di luar daerah.

Tidak berhenti pada aspek produksi, pelatihan juga menekankan pentingnya pemasaran digital sebagai strategi memperluas pasar. Peserta dibimbing untuk memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook, termasuk bagaimana membuat akun bisnis, mengunggah foto produk berkualitas, serta menulis caption promosi yang menarik dan persuasif. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada penggunaan marketplace sebagai sarana penjualan daring yang dapat menjangkau konsumen lebih luas di era ekonomi digital.

Dari sisi ekonomi, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada nilai tambah dan pendapatan. Jika sebelumnya penjualan nanas segar hanya memberikan keuntungan terbatas dengan risiko harga jatuh saat musim panen raya, kini pengolahan nanas menjadi dodol mampu meningkatkan margin keuntungan. Produk dengan nilai tambah ini tidak hanya meningkatkan pendapatan kelompok tetapi juga membuka peluang terbentuknya usaha bersama berbasis rumah tangga yang lebih berkelanjutan.

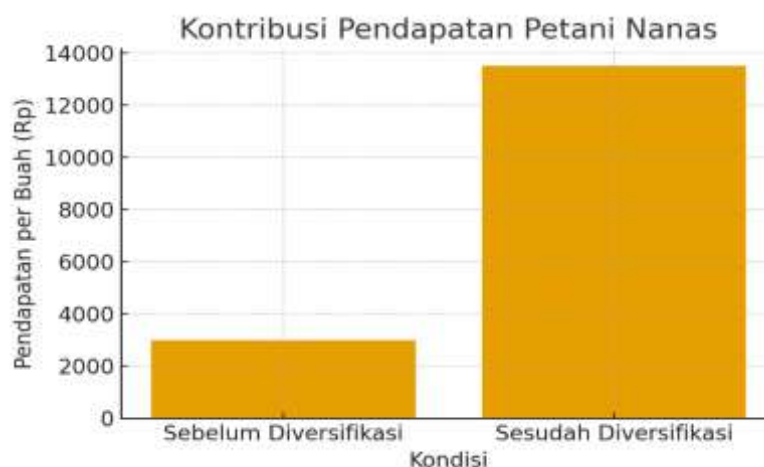
Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya menghasilkan keterampilan teknis baru, tetapi juga memberikan bekal penting dalam manajemen usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran modern. Kegiatan ini menjadi langkah awal menuju kemandirian ekonomi KWT Mekarsari serta menjadi contoh penerapan ekonomi sirkular di tingkat desa, di mana produk pertanian lokal diolah menjadi komoditas bernilai tinggi dan berdaya saing.

Tabel 1. Perbandingan Nilai Tambah Produk Nanas

Produk	Harga Jual (Rp)	Setara Buah	Kenaikan Nilai Tambah (%)
Nanas Segar	3.000	1 buah	-
Dodol Nanas	25.000	4 buah	±208%

Hasil evaluasi menunjukkan pendapatan petani dan anggota KWT cenderung meningkat:

- Sebelum diversifikasi: rata-rata Rp3.000 per buah nanas.
- Sesudah pelatihan dodol nanas: rata-rata Rp12.500–Rp15.000 per buah (setelah dihitung setara bahan baku).



Gambar 4. Kontribusi Pendapatan

Hasil evaluasi ekonomi menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan dodol nanas memberikan tambahan pendapatan bagi anggota KWT Mekarsari. Berdasarkan data perbandingan, rata-rata pendapatan yang sebelumnya hanya sekitar Rp3.000 per buah nanas—jika dijual dalam bentuk segar—meningkat drastis setelah dilakukan diversifikasi menjadi produk olahan. Dengan diolah menjadi dodol, nilai ekonomi buah nanas meningkat menjadi sekitar Rp12.500–Rp15.000 per buah. Kenaikan nilai tambah yang lebih dari empat kali lipat ini divisualisasikan dalam sebuah diagram batang sederhana yang memperlihatkan perbedaan mencolok antara kondisi sebelum dan sesudah diversifikasi. Pada sumbu vertikal, ditampilkan pendapatan per buah dalam satuan rupiah, sedangkan sumbu horizontal menunjukkan kategori "Sebelum Diversifikasi" dan "Sesudah Diversifikasi". Grafik tersebut secara jelas menegaskan bahwa strategi diversifikasi produk mampu mengubah posisi tawar petani dari sekadar penjual bahan mentah menjadi pelaku usaha pengolahan dengan margin keuntungan lebih tinggi.

Selain dampak ekonomi, kegiatan pelatihan ini memberikan manfaat sosial yang signifikan bagi anggota KWT Mekarsari. Melalui kerja kolektif dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran, anggota kelompok mengalami penguatan kelembagaan. Jika sebelumnya kelompok lebih bersifat informal tanpa identitas usaha yang jelas, kini KWT Mekarsari berkembang menjadi produsen utama dodol nanas di desanya. Identitas kelembagaan yang lebih kuat ini tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memudahkan mereka menjalin kemitraan dengan pihak eksternal, seperti koperasi, toko oleh-oleh, hingga pemerintah daerah. Untuk mendukung pernyataan ini, dilakukan survei internal sebelum dan sesudah kegiatan terhadap 20 anggota KWT dengan hasil sebagai berikut:

- a) Tingkat partisipasi anggota dalam rapat rutin meningkat dari 45% menjadi 85%.
- b) Rasa percaya diri dalam berwirausaha (self-efficacy), diukur dengan skala Likert 1–7, naik dari rata-rata skor 3,2 menjadi 5,8.
- c) Kebanggaan kolektif terhadap identitas kelompok meningkat dari 40% anggota yang merasa bangga menjadi 90% setelah kegiatan.
- d) Jumlah jejaring kemitraan eksternal yang berhasil dibangun naik dari 2 pihak (hanya pemasok lokal) menjadi 6 pihak, termasuk koperasi, toko oleh-oleh, dan Dinas UMKM.

Analisis tambahan juga menunjukkan bahwa dengan adanya struktur organisasi yang lebih formal, KWT Mekarsari mampu menyusun Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) sederhana dan merintis pencatatan keuangan berbasis buku kas. Hal ini memberikan dasar tata kelola yang lebih akuntabel dan memperkuat posisi tawar mereka di hadapan stakeholder eksternal.

Lebih jauh, anggota kelompok melaporkan adanya peningkatan kualitas sosial berupa rasa percaya diri dan kebanggaan kolektif. Dari wawancara mendalam dengan 5 anggota KWT, mayoritas menyatakan bahwa kegiatan ini tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan dorongan psikologis untuk melihat diri mereka sebagai pelaku usaha desa dengan standar modern dan profesional.

Dampak positif juga terlihat dari sisi lingkungan. Salah satu inovasi yang muncul dari kegiatan ini adalah pemanfaatan limbah kulit nanas yang sebelumnya hanya dibuang. Kulit nanas tersebut kini dimanfaatkan untuk memproduksi eco-enzyme, yaitu cairan hasil fermentasi alami yang dapat digunakan sebagai pembersih rumah tangga ramah lingkungan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan penguatan kelembagaan, tetapi juga mendorong praktik ekonomi sirkular yang mendukung prinsip keberlanjutan. Limbah yang tadinya dianggap tidak bernilai kini dapat menjadi produk bermanfaat sekaligus mengurangi pencemaran lingkungan (Aini et al., 2022).

Secara keseluruhan, pelatihan pembuatan dodol nanas membawa dampak multidimensi: meningkatkan pendapatan (ekonomi), memperkuat kelembagaan kelompok dan rasa percaya diri anggota (sosial), serta mendorong pemanfaatan limbah menjadi produk ramah lingkungan (ekologi). Dengan keberhasilan ini, KWT Mekarsari memiliki potensi besar untuk menjadi model pemberdayaan masyarakat desa berbasis agroindustri lokal, sekaligus menjadi motor penggerak ekonomi kreatif dan berkelanjutan di wilayahnya.

V. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pelatihan pembuatan dodol nanas, pemasaran digital, dan pengembangan desain kemasan berhasil meningkatkan nilai tambah komoditas nanas secara signifikan di Desa Karangjengkol, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga.

Beberapa poin penting yang dicapai diantaranya adalah peningkatan keterampilan teknis, peserta mampu memproduksi dodol nanas dengan resep baku, teknik pengolahan modern, dan standar higiene yang memadai.

Konsistensi rasa, tekstur, dan kualitas produk berhasil dicapai. Inovasi kemasan, produk dikemas dengan desain menarik, informatif, dan kedap udara sehingga umur simpan lebih panjang dan daya tarik visual meningkat. Peningkatan pendapatan, nilai tambah dari penjualan dodol nanas mencapai $\pm 208\%$ dibandingkan penjualan buah segar. Potensi peningkatan pendapatan kelompok mencapai tiga hingga lima kali lipat. Pemasaran digital, keterampilan memasarkan produk melalui media sosial dan marketplace membantu memperluas jangkauan pasar ke tingkat kabupaten dan luar daerah. Dampak sosial dan lingkungan, program mendorong partisipasi aktif anggota KWT dan menciptakan peluang usaha baru. Pemanfaatan limbah kulit nanas menjadi eco-enzyme turut mendukung ekonomi sirkular. Dukungan peralatan produksi, penyediaan peralatan produksi modern seperti parut listrik, wajan, spatula, peeler, dan vacuum sealer kapasitas besar untuk meningkatkan volume produksi.

Tingkat partisipasi anggota dalam kegiatan produksi meningkat dari 45% sebelum program menjadi 85% setelah program. Selain itu, pemanfaatan limbah kulit nanas menjadi eco-enzyme menghasilkan rata-rata 5 liter per produksi, yang sebagian digunakan untuk kebutuhan rumah tangga anggota (pembersih alami) dan sebagian dipasarkan sebagai produk tambahan. Penyediaan peralatan modern juga terbukti meningkatkan efisiensi produksi: penggunaan parut listrik mengurangi waktu parut nanas dari 60 menit menjadi 15 menit per 10 kg bahan, sementara vacuum sealer kapasitas besar memungkinkan pengemasan 100 bungkus per jam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperoleh dukungan pendanaan dari Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui Skim Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun Anggaran 2025 dengan nomor kontrak 10.101/UN23.34/PM.01/VI/2025. Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada LPPM Unsoed, Pemerintah Desa Karangjengkol, KWT Mekarsari, serta seluruh tim pengabdian masyarakat atas kontribusi dan kerja sama yang optimal dalam penyelenggaraan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Jayanti, D. S., & Mechram, S. (2014). Model Simulasi Penanganan Pascapanen Sekunder (Teknologi Pengolahan) Nanas (*Ananas comosus merr*) (Studi Kasus: Kabupaten Aceh Tengah). *Rona Teknik Pertanian*, 7(1), 45–57. <https://doi.org/10.17969/rtp.v7i1.2645>
- Aini, F., Maritsa, H., Irvan, A., Sazali, A., & Wulandari, T. (2022). Pengelolaan Limbah Nanas Tangkit Menjadi Eco-enzyme di Desa Tangkit Baru Muaro Jambi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(3), 1127–1132. <https://doi.org/10.54082/jamsi.376>
- Akbar Ikwal Nul Yakin, A., Pratami Ardina Ningrum, P., Studi Agribisnis, P., Pertanian, F., Muhammadiyah Palembang Jalan Jendral Yani, U. A., & Kota Palembang, U. (2025). PRODUK TURUNAN TANAMAN NANAS QUEEN DI AGROWISATA NANAS PRABUMULIH KECAMATAN PRABUMULIH TIMUR KOTA PRABUMULIH DERIVATIVE PRODUCTS OF QUEEN PINEAPPLE PLANTS AT AGROWISATA NANAS PRABUMULIH PRABUMULIH TIMUR SUBDISTRICT PRABUMULIH CITY. *Societa*, 53–60.
- Enjellah, E., MH, N. A., Nastiar, P. R., Hidayatullah, S., Setiawan, B., & Meirisari, V. (2024). Strategi Pengembangan UMKM dalam Pemanfaatan Hasil Perkebunan Buah Nanas di Desa Tanjung Baru. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(3), 835–842. <https://doi.org/10.29407/ja.v8i3.23635>
- Faradillah, F., Alie, M. F., Purnamasari, E. D., & Lazuardi, S. (2025). Digitalisasi Pemasaran dan Inovasi Produk Nanas untuk Mendukung Ekonomi Desa Lembak. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 444–452. <https://doi.org/10.46576/rjpkmn.v6i1.5286>
- Fathurohman, F., Baharta, R., Purwasih, R., Rahayu, W. E., Mukminah, N., Sobari, E., & Destiana, I. D. (2020). PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MELALUI PENINGKATAN NILAI PRODUK DI KABUPATEN SUBANG. *Sakai Sambayan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 80. <https://doi.org/10.23960/jss.v4i2.155>
- Febrina, W., & Azmi, A. (2019). Penerapan teknologi tepat guna untuk unit usaha pembuatan dodol nanas di Kota Dumai. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 1, 163–167. <https://doi.org/10.31258/unricsce.1.163-167>
- Mestika Silalahi, & Yosef Manik. (2019). Peluang dan Tantangan Pengembangan Rantai Pasok bagi Peningkatan Nilai Produk Nanas dari Kabupaten Tapanuli Utara. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 2(4). <https://doi.org/10.32734/ee.v2i4.650>
- Ningrum, P. P. A., Batubara, M. M., Afriyatna, S., Fahmi, I. A., Iskandar, S., Apriani, N., & Maulana, Y. (2024). PENYULUHAN PACKAGING DAN LABELLING PRODUK OLAHAN NANAS PADA UMKM DAN KELOMPOK WANITA TANI DESA SRI KEMBANG 1 KECAMATAN PAYARAMAN KABUPATEN OGAN ILIR. *Altifani Journal: International Journal of Community Engagement*, 5(1), 133–138. <https://doi.org/10.32502/altifani.v5i1.298>

-
- Pujia, D. P., Susilowati, Brotosakti, A., Sumardi, S., & Riyanto, S. (2024). Digital Marketing Pengembangan Mutu Varian Dodol Tenjo: Study Dodol Tenjo Cap Boga Rasa dan Dodol Tenjo Cap Madu. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 3651–3660. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i6.5095>
- Puspasari, I. D., Fauji, D. A. S., Kusumaningtyas, D., Paramitha, D. A., S, D. K. H., & Sardanto, R. (2022). Pendampingan Diversifikasi Olahan Produk Nanas dengan Menggunakan Pemanis Alami Stevia. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 47–55. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v3i1.115>
- Safitri, L. S. (2017). NILAI TAMBAH PRODUK OLAHAN SINGKONG CIMANGGU. *Seminar Nasional: "PENINGKATAN PRODUKTIVITAS DAN DAYA SAING KOMODITAS PERTANIAN" Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Galuh*. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/8F7BS>
- Solfiyeni, S., Mairawita, M., Mildawati, M., Pertiwi, V., Fadhlani, A., Ritonga, M. A., Kusuma, H., Sophia, A., Karimi, K., & Pujani, V. (2025). DIVERSIFIKASI PRODUK BERBASIS TALAS UNTUK PENINGKATAN EKONOMI DESA TUAPEJAT MENTAWAI, SUMATRA BARAT. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 2054–2061. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i2.41699>
- Wahyuni, W., Handayani, L., & Pakpahan, S. (2025). Development of pineapple (Ananas comosus) farming based on SWOT analysis: a case study in Baamang Hulu Village, Kotawaringin Timur Regency. *AGRICOLA*, 15(1), 73–81. <https://doi.org/10.35724/ag.v15i1.6637>