

Pendampingan UMKM dalam Pengembangan Produk Olahan Pertanian dan Perikanan untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi di Desa Andoolo Utama, Sulawesi Tenggara

Indriyani Nur¹, La Ode Santiaji Bande², Rizal Adi Saputra³, Weka Gusmiarty Abdullah⁴, Muhaimin Hamzah¹, Putu Arimbawa⁵, Silfi², Farah Dilla⁶, Bayu Adi Wibowo³

1. Program Studi Budidaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo, Indonesia
2. Program Studi Proteksi Tanaman, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo, Indonesia
3. Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Halu Oleo, Indonesia
4. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo, Indonesia
5. Program Studi Penyuluhan Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo, Indonesia
6. Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo, Indonesia

*Email: bayuadiwibowo13@gmail.com

Abstract

The Community Service Program (KKN) in Andoolo Utama Village aims to provide assistance to increase the capacity of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in producing products based on local processed ingredients. This activity is motivated by the abundant potential of agriculture and fisheries, especially coconut, cassava, and catfish in Andoolo Utama Village, but their utilization is still limited to raw products with low added value. Through a participatory approach, students and a team of KKN lecturers from Halu Oleo University provide training and assistance to the community, which includes aspects of product processing, business management, digital marketing, attractive and hygienic packaging and branding. The methods used include observation, group discussions, technical guidance, and hands-on practice of making processed coconut products such as planting media from coconut fiber, cassava opak, herbal medicine, and shredded fish. The results of the activities showed an increase in understanding and skills of MSME actors in processing coconut, cassava, rhizomes and catfish into value-added products, improving product quality, and the ability to market products more widely through digital platforms. This program is expected to contribute to improving the welfare of the Andoolo Utama Village community through the sustainable development of local resource-based MSMEs.

Keywords: Andoolo Utama Village, coconut, digital marketing, KKN, MSMEs, zero waste

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Andoolo Utama bertujuan untuk memberikan pendampingan untuk meningkatkan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghasilkan produk berbasis bahan olahan lokal. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh potensi pertanian dan perikanan, khususnya kelapa, singkong, dan ikan lele yang melimpah di Desa Andoolo Utama, namun pemanfaatannya masih terbatas pada produk mentah dengan nilai tambah rendah. Melalui pendekatan partisipatif, mahasiswa dan tim dosen pendamping KKN Universitas Halu Oleo memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat, yang meliputi aspek pengolahan produk, manajemen usaha, pemasaran digital, pengemasan serta branding yang menarik dan higienis. Metode yang digunakan meliputi observasi, diskusi kelompok, bimbingan teknis, dan praktik langsung pembuatan produk olahan kelapa seperti media tanam dari sabut kelapa, opak singkong, jamu, dan abon ikan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengolah kelapa, singkong, rimpang dan ikan lele menjadi produk bernilai tambah, peningkatan kualitas produk, dan kemampuan memasarkan produk secara lebih luas melalui platform digital. Program ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Andoolo Utama melalui pengembangan UMKM berbasis sumber daya lokal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Community assistance, KKN, UMKM, processed local resources, Andoolo Utama Village.

PENDAHULUAN

Desa Andoolo Utama, yang terletak di Sulawesi Tenggara, memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, terutama di sektor pertanian dan perikanan. Hasil pertanian, seperti jagung, ubi kayu, dan berbagai sayuran, serta hasil perikanan seperti ikan air tawar dan laut, menjadi komoditas utama yang mendukung perekonomian desa. Namun, pemanfaatan hasil pertanian dan perikanan di desa ini masih sebatas pada penjualan produk mentah dengan nilai ekonomi yang rendah. Sebagai contoh, komoditas utama berupa kelapa selama ini hanya dimanfaatkan untuk produksi kopra, sementara sabut dan air kelapanya belum digunakan secara maksimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mengolah hasil pertanian dan perikanan menjadi produk bernilai tambah. Padahal, berbagai produk dapat dihasilkan dari pengolahan limbah tanaman kelapa tersebut, sehingga menjadi jalan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat desa (Indahyani, 2011). Dengan memberikan pencerahan kepada masyarakat akan kesedian potensi alam dan hasil bumi di wilayah sekitarnya, tentu menjadi modal dalam pengembangan desa. (Bawono, 2019)

Kendala lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Andoolo Utama adalah kurangnya pemahaman tentang pemasaran dan branding produk. Telah terdapat beberapa UMKM di desa tersebut, seperti produksi jamu, keripik ubi dan opak, namun kendala utama yang dihadapi adalah pemasaran yang masih konvensional serta kurangnya branding yang efektif. Produk olahan sedemikian sering kali tidak memiliki daya saing yang cukup tinggi di pasar karena masalah kualitas, kemasan yang kurang menarik, dan kurangnya strategi pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan media digital (Rahmat Madjid, 2023; Rini Nur, 2024). Kondisi ini berdampak pada rendahnya pendapatan masyarakat dan lambatnya pertumbuhan ekonomi desa.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan upaya pendampingan UMKM yang terarah dan berkelanjutan. UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. (Oktaviani et al. 2018). Telah terdapat beberapa UMKM di desa tempat kegiatan dilaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Halu Oleo. Kegiatan pendampingan ini difokuskan pada pengembangan produk olahan berbasis hasil pertanian dan perikanan, serta peningkatan kapasitas dalam pemasaran dan *branding* produk. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mengolah bahan mentah menjadi produk olahan yang berkualitas, memperbaiki tampilan produk melalui inovasi kemasan, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk melalui platform digital.

Dengan pendampingan yang tepat, khususnya dengan pemasaran digital, maka diharapkan UMKM di Desa Andoolo Utama dapat meningkatkan kualitas dan nilai jual produk mereka, memperluas jangkauan pasar, efisiensi waktu dan tempat (Rini Nur,

2024), sehingga secara bertahap meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mendorong kemandirian ekonomi desa melalui optimalisasi potensi lokal dan pengembangan UMKM sebagai pilar ekonomi desa yang berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Desa ini mempunyai 3 (tiga) dusun. Adapun metode pelaksanaan selama pengabdian program KKN Tematik ini dilaksanakan secara langsung terjun ke lapangan pada setiap program kerja di desa sehingga dapat diketahui secara pasti permasalahan yang ditemui di lapangan sehingga tercipta kinerja yang efektif dan dapat memberikan solusi yang tepat sasaran. (Maulana, Wahyu, Leily Nur Indah Fitriana, and Abd Aziz Zaki, 2021) Berikut merupakan langkah-langkah pelaksanaan pengabdian KKN Tematik tersebut diantaranya: 1. Survey dan observasi; 2. Sosialisasi program kerja; 3. Pelaksanaan; dan 4. *Controlling* dan Evaluasi. Hal ini dilakukan kepada semua program kerja yang dilaksanakan pada pengabdian KKN Tematik kali ini.

Dengan adanya pengabdian program KKN ini, diharapkan masyarakat lebih dapat mengoptimalkan potensi desa sehingga ada peningkatan yang dapat dirasakan dalam segi produktivitas dan kreativitas, dari segi penghasilan, dari segi ilmu pengetahuan dan lain sebagainya. Hal ini tidak terlepas dari IPTEK yang diterima melalui pengabdian program KKN tematik ini yakni berupa memahami konsep *zero waste* yang disampaikan melalui program kerja. Dengan dilaksanakannya program kerja tersebut, dapat terlihat kontribusi penuh dari masyarakat melalui partisipasi dan antusiasme dalam mengikuti tahapan dalam pengabdian ini. Keberlanjutan yang diharapkan dalam kegiatan ini berupa masyarakat dapat menindaklanjuti apa yang telah mereka terima dalam bentuk produk inovatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai salah satu pencapaian yang diharapkan dari kegiatan KKN adalah kemampuan mahasiswa dalam menganalisis potensi daerah dan memberikan solusi terhadap masalah yang terjadi di masyarakat sesuai bidang ilmunya, maka pelaksanaan program KKN diuraikan menjadi beberapa program kerja dengan beberapa tahapan, diawali dengan melakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan dan masalah yang dihadapi masyarakat setempat (Maulana dan Fitrianti, 2023). Kemudian dilanjutkan dengan memetakan kebutuhan masyarakat, agar solusi yang diberikan dapat spesifik dan relevan dengan mempertimbangan kebutuhan krusial dan sesuai dengan sumber daya serta potensi yang ada di desa setempat, seperti bahan baku lokal, keterampilan masyarakat, atau keunggulan geografis, di Desa Andoolo Utama. Pelaksanaan KKN Tematik ini mengusung topik meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai berbagai teknologi pertanian dan pengolahan hasil perikanan agar masyarakat dapat mandiri secara ekonomi dari produk pertanian dan perikanan yang dihasilkan. Diantara kegiatan ini adalah pelatihan media tanam dari sabut kelapa agar membuka wawasan baru tentang pemanfaatan limbah kelapa. Sementara itu, pembuatan abon ikan dan nata de coco

menawarkan diversifikasi produk berbasis pangan. Diversifikasi produk berbasis pangan merupakan strategi pengembangan berbagai jenis produk pangan dari sumber daya yang ada dengan memanfaatkan bahan baku lokal untuk menghasilkan produk baru yang memiliki nilai tambah. Tujuannya adalah untuk meningkatkan variasi, kualitas (termasuk masa simpan lama), dan ketersediaan produk pangan, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar dan kesejahteraan masyarakat, terutama di sektor pertanian dan industri makanan.

Di sisi lain, UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran melalui Facebook, kini memiliki *brand* dan platform pemasaran yang lebih modern melalui Tokopedia. Setiap platform media memiliki karakteristik masing-masing, pengguna perlu mempertimbangkan fitur-fitur yang tersedia untuk membantu dalam pengembangan bisnis mereka (Yohanes, et al., 2024). Dengan adanya logo *brand* dan keterampilan pemasaran digital, produk-produk seperti jamu, keripik ubi dan opak memiliki potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dari hasil pelaksanaan KKN ini, disimpulkan telah berhasil membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek pertanian dan UMKM di Desa Andoolo Utama, terutama melalui beberapa poin utama berikut:

1. *Zero Waste* dalam Pengolahan Kelapa

Dalam konsep *Zero Waste*, semua bagian kelapa dimanfaatkan dengan cara yang optimal sehingga tidak ada yang terbuang ke lingkungan sebagai limbah. Setiap bagian dari kelapa dapat diolah menjadi produk yang bermanfaat, baik untuk konsumsi manusia, pakan ternak, atau bahkan sebagai bahan baku industri. Sebelumnya, komoditas kelapa di desa ini hanya diolah menjadi kopra, sementara sabut dan air kelapa tidak dimanfaatkan. Melalui program pelatihan yang dilakukan oleh tim pelaksana KKN dari Jurusan Agribisnis, sabut kelapa kini digunakan untuk membuat media tanam, sehingga meningkatkan nilai guna dari limbah yang sebelumnya terbuang. Hal ini merupakan langkah menuju agriindustri, mengurangi limbah dan menciptakan produk bernilai ekonomis serta bermanfaat bagi lingkungan dan sosial. Tentu diperlukan peran serta masyarakat sehingga tercipta perilaku yang baru dalam memanfaatkan potensi desa dengan maksimal untuk menjadi sebuah produk yang bernilai ekonomis (Affandy, Isnaini dan Yulianti, 2015).



Gambar 1. Pemanfaatan limbah sabut kelapa menjadi media tanam

2. Branding Produk untuk UMKM

Salah satu kendala yang dihadapi UMKM di Desa Andoolo Utama adalah pemasaran yang kurang efektif dan belum adanya identitas visual yang kuat. Dengan bantuan mahasiswa Teknik Informatika, UMKM di desa ini kini memiliki logo dan identitas brand untuk produk-produk mereka, seperti opak, jamu dan keripik ubi. Perlu memahami para UMKM agar menyadari arti penting branding dan pengemasan, diupayakan memilih logo dan *packaging* yang unik dan menarik (Yahya, et al., 2024). *Branding* yang baik membantu UMKM dalam membangun citra produk (imej) yang lebih profesional dan menarik, sehingga lebih mudah dikenali dan diterima oleh konsumen, terutama di pasar digital.



Gambar 2. *Branding* produk jamu, keripik ubi dan opak

3. Proses Pembuatan Produk Olahan Inovatif

Program dari jurusan Ilmu dan Teknologi Pangan memperkenalkan dua produk olahan inovatif berbasis hasil budidaya ikan air tawar (jenis lele) dan kelapa, yaitu abon ikan dan nata de coco. Proses pembuatan kedua produk ini melibatkan pelatihan pengolahan bahan baku menjadi produk akhir yang memiliki daya simpan lebih lama serta nilai jual yang lebih tinggi.

Sebagian masyarakat setempat membudidayakan ikan lele. Ikan ini merupakan jenis ikan yang mudah hidup dan berkembangbiak, sehingga dapat dibudidayakan dimana saja, bahkan pada kondisi yang marjinal seperti lahan gambut dan rawa (Yusnaini, et al., 2019). Tingkat kesukaan akan ikan lele pada umumnya masyarakat di Sulawesi masih rendah, karena bentuk tubuhnya yang panjang dan masyarakat lebih menyukai ikan air laut. Olehnya dengan sentuhan teknologi pengolahan, dihasilkan abon ikan yang tidak amis, tahan lama, dan berharga ekonomis.

Nata de coco adalah produk pangan yang terbuat dari air kelapa melalui proses fermentasi oleh bakteri jenis tertentu. Produk ini memiliki tekstur kenyal, transparan, dan kaya serat. Nata de coco sangat populer sebagai bahan campuran dalam minuman, es buah, atau hidangan penutup. Produksi nata de coco meliputi beberapa tahap, mulai dari persiapan air kelapa, fermentasi, hingga pengolahan akhir untuk menghasilkan produk yang siap dikonsumsi. Kedua inovasi ini diharapkan membuka peluang usaha baru bagi masyarakat setempat dengan diversifikasi produk pangan yang belum banyak ditemukan di pasar lokal.



Gambar 3. Proses pembuatan produk olahan inovatif

4. Produk Unggulan Desa

Sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi lokal, produk-produk unggulan desa mulai dipetakan dan dipromosikan. Beberapa produk yang diidentifikasi sebagai unggulan desa, seperti jamu dari Dusun 1, keripik ubi dari Dusun 2 dan opak dari Dusun 3. Produk mereka mendapatkan perhatian khusus dalam upaya *branding* dan pemasaran digital. Produk-produk ini diharapkan dapat menjadi ikon desa yang mampu menarik minat pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional, terutama setelah dilengkapi dengan branding dan strategi pemasaran yang tepat. Dengan cara menciptakan produk unggulan desa dan masyarakat sekitar dapat mengoptimalkan dengan baik maka itu merupakan salah satu cara membangun perekonomian suatu daerah. (M. Jufriyanto, 2019)



Gambar 4. Opak salah satu produk unggulan Desa Andoolo Utama

Dengan adanya branding produk, penerapan zero waste, inovasi dalam pengolahan hasil pangan, serta identifikasi produk unggulan desa, Desa Andoolo Utama kini memiliki fondasi yang lebih kuat untuk mengembangkan potensi ekonominya. Dari kegiatan ini maka harapannya adalah mendapatkan produk unggulan yang berdaya saing dan bernilai tambah (Wijaya and Utami, 2016). KKN ini bukan hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga membuka jalan bagi keberlanjutan dan kemandirian ekonomi desa di masa depan.

SIMPULAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik di Desa Andoolo Utama berhasil mengoptimalkan potensi pertanian dan perikanan dari bahan baku kelapa, singkong, rimpang dan ikan lele. Selain itu mengembangkan UMKM setempat melalui berbagai pendekatan multidisiplin. Program ini mengajarkan masyarakat konsep *zero waste* dalam pengolahan kelapa, memperkenalkan produk turunan seperti media tanam dari sabut kelapa dan diversifikasi produk pangan seperti abon ikan dan nata de coco. Selain itu, pelatihan branding dan pemasaran digital untuk UMKM berhasil meningkatkan daya saing produk lokal seperti jamu, keripik ubi, dan opak, sehingga lebih dikenal di pasar yang lebih luas. Pelaksanaan KKN ini memberikan dampak positif bagi masyarakat dengan memanfaatkan limbah secara lebih optimal, menciptakan produk inovatif, dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pemasaran modern. Keberhasilan program ini juga terlihat dari peningkatan produktivitas, kreativitas, serta pendapatan masyarakat, yang pada akhirnya mendukung pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan..

SARAN

Desa Andoolo Utama dapat lebih mengoptimalkan potensi kelapa dengan memanfaatkan bagian lain seperti air dan tempurung untuk produk bernilai tinggi. UMKM setempat juga perlu didukung dengan alat produksi yang lebih modern dan pelatihan pemasaran digital berkelanjutan. Kolaborasi dengan pemerintah dan sektor swasta akan membantu menjaga keberlanjutan program ini, sementara pendampingan teknologi pertanian modern dapat meningkatkan hasil pertanian yang ramah lingkungan. Monitoring dan evaluasi secara berkala juga penting agar hasil yang dicapai terus berkembang dan membawa manfaat jangka panjang bagi perekonomian desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Andoolo Utama. Terima kasih kepada masyarakat desa yang telah menyambut dan bekerja sama dengan penuh antusiasme, serta kepada pemerintah desa yang memberikan dukungan penuh dalam setiap tahapan program ini. Tak lupa, apresiasi yang mendalam kami sampaikan kepada para dosen pembimbing dan rekan mahasiswa yang telah berkolaborasi dan bekerja keras untuk mewujudkan tujuan bersama. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan desa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, N. A., Isnaini, E., Yulianti, C. H., Sipil, J. T., Lamongan, U. I., Hukum, F., & Lamongan, U. I. (2015). Peran serta masyarakat dalam pengelolaan sampah komprehensif menuju zero waste. In Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan III (Vol. 3, pp. 803-814).
- Bawono, I. R. (2019). Optimalisasi potensi desa di Indonesia. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Fritz Wijaya, Agustinus, and Birmanti Setia Utami. (2016). *Pemberdayaan Umkm Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Kabupaten Kendal Menuju Pasar Global*. Vol. 12.
- Indahyani, Titi. (2011) *Pemanfaatan Limbah Sabut Kelapa Pada Perencanaan Interior Dan Furniture Yang Berdampak Pada Pemberdayaan Masyarakat Miskin*.
- Maulana, W., Fitriana, L. N. I., & Zaki, A. A. (2021). KKN Abdi Desa dan Kerja Sosial pada Masa New Normal Pandemi Covid-19 melalui Pemberdayaan Masyarakat. *JPMB: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter*, 4(1), 93-100.
- Maulana, W., & Fitrianti, R. N. (2023). Optimalisasi potensi Desa Bandaran Pamekasan melalui KKN Tangguh menuju desa produktif. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 6(1), 43-4
- Moh. Jufriyanto. (2019)“ Pengembangan Produk Unggulan Sebagai Potensi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa di Kecamatan Modung Bangkalan”.
- Oktaviani, Femi, Yulia Sariwaty, Dini Rahmawati, Auliana NF Gusfiani, and Dani N. Ramdani. (2018). “Penguatan Produk UMKM ‘Calief’ Melalui Strategi Branding Komunikasi.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2).
- Rahmat Madjid 2023. *Buku Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)*. Deepublish, Yogyakarta.
- Rini Nur. 2024. Tantangan dan Peluang Sektor *E-commerce* di Indonesia. In: D. I . Bahari, M. Sajidin, H. Rasulu, N. F. Pramuji, L. Parasit, Munir, O. O. Husen, M. Naeruz, R. Nur, R. M. Rachman, N. I. Qurratu’aini, M. Assagaf, and L. O. M. R. A. U. Manar, *Perekonomian Indonesia Dalam Konteks Multi Sektor (Sumber Elektronik)*, PT Kamiya Jaya Aquatik, Ternate.
- Yahya WA., Wilona Ariella Yahya, Albert Hasudungan, Vanessa Nathania, Stefanie Putri, Limantara, Michael Lie, Callista Susanto, Christopher Kurnia Tjong, Wiradharma, Sheilanie Thian. *Pemberdayaan Pengusaha UMKM Perempuan melalui Media Digital dalam Usaha Makanan*. Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 07(01):52-61.
- Yohanes Dandyanto Rahardjo, Amelia Angelica Lays, Savera Apriliana Saputri, Syahrul Ammar, Erna Sulistyangningsih, Agus Sugiarto. *Pelatihan dan Pembekalan Digital Marketing melalui Media Sosial sebagai upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Sumotea Salatiga*. Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 07(01):42-51.
- Yusnaini, Indriyani Nur, Utama K. Pangerang, Rahmad S. Patadjai, Indrayani. 2019. *Pertumbuhan Ikan Lele (Clarias sp.) pada Saluran Drainase Lahan Gambut*. *Jurnal Sains dan Inovasi Perikanan*, 3(1): 73-77