



JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
<http://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM>
DOI: <https://doi.org/10.30999/jpkm.v15i2.3759>



PELATIHAN TEKNIK DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN PEPAYA BAGI KELOMPOK PETANI BANYUMULI

Farida Iriani^{1*}, Agus Winarti², Raden Duhita Diantiparamudita Utama³, Miko Syahputra Arifin⁴,
Jamjam Nurjaman⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Insan Cendekia Mandiri
Jl. Pasir Kaliki no. 199 Kota Bandung
Email: farida.iriani52@gmail.com

Naskah diterima; September 2025; disetujui November 2025; publikasi online Desember 2025

Abstrak

Pelatihan teknik dan strategi pemasaran produk olahan buah pepaya, dan distribusi produk olahan telah diberikan kepada kelompok petani Banyumuli di Desa Bojong, Kecamatan Banjarwangi, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Kendala akses jalan dari lokasi produsen ke pasar, baik menuju pasar ibukota kabupaten dan atau ibukota provinsi, merupakan penghambat rendahnya pendapatan yang diperoleh kelompok petani tersebut. Akibat waktu tempuh yang panjang, buah pepaya segar mengalami cepat layu dan busuk di perjalanan sehingga menurunkan harga jual. Pelatihan membuat formula produk olahan buah pepaya dalam bentuk selai, sirup, dan permen jeli telah dilaksanakan, kemudian pelatihan dilanjutkan dengan teknik dan strategi pemasaran produk olahan tersebut. Salah satu permasalahan prioritas yang dihadapi adalah aspek pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi distribusi produk olahan untuk jarak dekat, jarak menengah, dan jarak jauh. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada kelompok petani Banyumuli yang memiliki usahatani pokok adalah buah pepaya. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, FGD, observasi dan wawancara. Tujuan pelatihan adalah (1) memberi arahan seleksi penambahan anggota kelompok sebagai tenaga produksi, (2) memberi pelatihan membuat formula produk olahan, dan (3) menentukan teknik dan strategi pemasaran produk olahan. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta termotivasi untuk menjadi anggota kelompok, memiliki keterampilan membuat formula produk olahan buah pepaya, serta mampu menerapkan teknik dan strategi pemasaran produk olahan tersebut.

Kata kunci: *Formula produk olahan, Pelatihan keterampilan, Teknik pemasaran, Strategi pemasaran*

Abstract

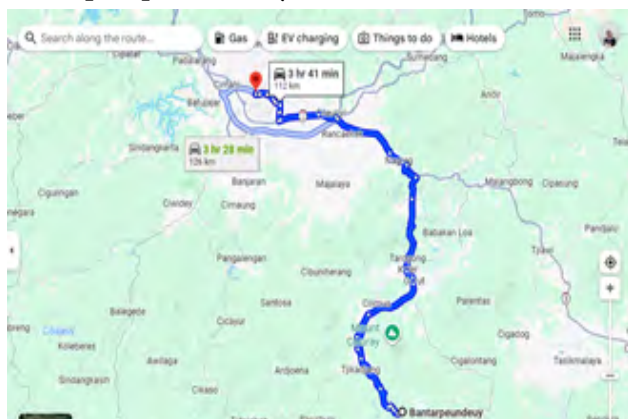
Training on marketing techniques and strategies for processed papaya products, and distribution of processed products has been provided to the Banyumuli farmer group in Bojong Village, Banjarwangi District, Garut Regency, West Java Province. Road access constraints from the producer's location to the market, both to the district capital market and/or provincial capital, are an obstacle to the low income earned by this farmer group. Due to the long travel time, fresh papaya fruit quickly wilts and rots during the journey, thus lowering the selling price. Training on making formulas for processed papaya fruit products in the form of jam, syrup, and jelly candy has been carried out, then the training was continued with techniques and strategies for marketing these processed products. One of the priority problems faced is the aspect of human resource management and distribution strategies for processed products for short, medium and long distances. The method used was qualitative research with a case study approach in a Banyumuli farmer group whose main business is papaya. Data collection techniques included documentation, focus group discussions (FGDs), observation, and interviews. The training objectives are (1) to provide direction for selecting additional group members as production staff, (2) to provide training in making processed product formulas, and (3) to determine marketing techniques and strategies for processed products. The training results showed that participants were motivated to become group members, had the skills to create processed papaya product formulas, and were able to apply marketing techniques and strategies for these processed products.

Keywords: *Processed product formula, Skills training, Marketing techniques, Marketing strategy*

A. PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Kelompok petani Banyumuli adalah salah satu kelompok petani buah-buahan yang berlokasi di Desa Bojong, Kecamatan Banjarwangi, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Kelompok petani Banyumuli terdiri atas 10 (sepuluh) orang petani, dan sejak tahun 2023 sepakat menanam satu jenis tanaman buah saja, yaitu pepaya (*Carica papaya L.*) pada lahan garapan seluas kurang lebih satu hektar yang berstatus hak milik (Kelompok Petani Banyumuli, 2023). Lahan garapan tanaman pepaya tersebut terletak pada ketinggian 600-1000 mdpl, kondisi lahan berkontur, topografi tidak seragam yaitu berkisar 10-40%. Gambar 1. adalah tangkapan layar lokasi kelompok petani Banyumuli.



Gambar 1. Tangkapan layar posisi kampus UICM menuju Desa Bojong, Kec. Banjarwangi, Kab. Garut, Prov. Jawa Barat (112 km) (Google map, 2025)

Sejumlah 3000 pohon pepaya varietas Kalina telah ditanam pada lahan garapan, dan kurang lebih 50% tanaman telah aktif berbuah. Hasil panen buah pepaya, selama ini hanya dijual dalam bentuk segar sehingga buah tidak tahan lama disimpan dan cepat menjadi busuk, pendapatan tidak meningkat bahkan cenderung merugi. Tim UICM menawarkan gagasan untuk memberi pelatihan keterampilan pengolahan pascapanen buah pepaya kepada mitra sasaran yaitu kelompok petani Banyumuli bertujuan mencapai upaya hilirisasi dan industrialisasi pangan agar dapat meningkatkan nilai jual produk, serta memperluas distribusi pemasaran buah pepaya.

2. Permasalahan

Distribusi wilayah pemasaran buah pepaya segar oleh kelompok petani Banyumuli adalah sangat terbatas, mengingat sarana dan prasarana transportasi dari lahan produksi ke pasar Kabupaten atau sebaliknya kurang memadai sehingga butuh waktu tempuh lebih panjang dibandingkan dengan jarak tempuh berkendara dengan kecepatan rata-rata. Tanaman sayuran dan buah-buahan memiliki karakter perishable yaitu sifat fisik mudah rusak atau mudah busuk, rentan terhadap serangan hama penyakit serta masa simpan relatif singkat (Iriani, 2020; Kader et al., 2013). Rendahnya pengetahuan serta rendahnya kreatifitas anggota kelompok petani Banyumuli dalam upaya meningkatkan pendapatan hasil panen buah pepaya, berdampak menimbulkan etos kerja buruk bagi para remaja atau generasi muda untuk memilih pekerjaan di bidang pertanian, terutama sebagai petani buah-buahan. Angka urbanisasi usia muda Desa Bojong terus meningkat dari tahun ke tahun karena mereka lebih mudah memperoleh pekerjaan di kota daripada di Desa. Akibatnya pertumbuhan ekonomi, kehidupan layak, sehat, sejahtera, pengentasan kemiskinan bagi masyarakat pedesaan semakin sulit dicapai.

Anggota kelompok petani Banyumuli terdiri atas 7 (tujuh) orang pria dan 3 (tiga) orang wanita, 60% berusia > 50 th, belum memiliki pemahaman terhadap teknologi industri pangan. Oleh karena itu, tim UICM menyarankan kepada ketua kelompok agar melakukan rekrutment sejumlah sepuluh orang usia muda sebagai tenaga kerja tidak tetap untuk dibina, dilatih keterampilan membuat produk olahan dari buah pepaya matang menjadi produk sirup, selei, dan permen jeli. Rekrutment tenaga kerja tidak tetap disarankan berusia 18-30 tahun, karena umumnya mereka memiliki daya kreatifitas bervariasi, inovatif, fungsi indera lebih sensitif, relatif mudah dibina, dan paham teknologi digital sehingga diharapkan responsif terhadap arahan tim UICM (Prabowo & Iriani, 2017; Prabowo & Iriani, 2022; Wagner, 2012).

Keberlanjutan dari pelatihan membuat produk olahan buah pepaya, adalah menentukan

teknik dan strategi pemasaran atas produk olahan tersebut, antara lain menyusun rencana pola pemasaran secara daring atau luring, pemilihan pasar (jarak dekat, jarak menengah, jarak jauh), perencanaan kemasan produk (Wills et al., 2007), penentuan harga (setelah perhitungan modal dasar), sistem distribusi (periode jadwal pengangkutan ke pasar), dan komunikasi pemasaran secara aktif dengan pihak pemesan atau konsumen.

3. Kerangka Pemikiran

Konsep dasar kerangka berpikir tim UICM dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini, berawal dari teori pengembangan Pendidikan Orang Dewasa untuk memberdayakan masyarakat yang belum memiliki kecakapan fungsional untuk mendukung kemajuan usahanya. Pendidikan orang dewasa adalah suatu proses untuk mengembangkan minat belajar dan bertanya secara terus menerus sepanjang hidup (Winarti, 2017). Orang dewasa belajar mengenai bagaimana mengarahkan diri sendiri untuk mengatasi rasa penasaran dan mencari jawaban (Alamsyah, 2021). Kegiatan pendidikan orang dewasa sendiri sangat luas, yaitu mulai dari pelajaran membaca, menulis, sampai latihan-latihan yang sifatnya umum dan teknis. Orang dewasa memiliki kaitan langsung dengan permasalahan yang tengah terjadi di masyarakat, maka kecakapan orang dewasa untuk menyelesaikan masalah merupakan kunci dari perkembangan pendidikan masyarakat (Setiawati & Shofwan, 2023).

Menurut Sudjana (2007) bahwa pelatihan adalah: Training is a process used by organizations to meet their goals. It is called into operation when a discrepancy is perceived between the current situation and a preferred state of affairs. The trainer's role is to facilitate trainee's movement from the status quo toward the ideal. Artinya suatu pelatihan harus memberikan sejumlah manfaat bagi sekelompok masyarakat peserta pelatihan, harus dapat membantu masyarakat dalam mempercepat pemenuhan kebutuhan sebagai upaya memperbaiki taraf hidup, memperbaiki sikap dan cara berpikir agar mampu menyesuaikan dengan perubahan

lingkungan serta dapat membuat keputusan secara baik dan benar.

Permasalahan prioritas yang dihadapi kelompok petani Banyumuli Desa Bojong adalah aspek pengelolaan sumber daya manusia, terutama bagi mereka yang masih usia produktif, agar memiliki ketrampilan untuk meningkatkan kualitas produksi pascapanen buah pepaya, serta bagaimana cara memperluas distribusi wilayah pemasaran produk olahan. Pelatihan membuat formula sirup, selei, dan permen jeli dari buah pepaya matang, diharapkan akan mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai ekonomi di Desa tersebut.



Gambar 2. Bagan alir kerangka berpikir pelatihan

Kegiatan pelatihan ini didesain dengan pendekatan praktik langsung (hands-on) yang memungkinkan para anggota kelompok petani Banyumuli untuk belajar secara aktif dan interaktif (Simangunsong dkk, 2024). Implementasi teknik dan strategi pemasaran produk olahan sirup, selei, dan permen jeli diterapkan dengan menggunakan alat teknologi digital yang diharapkan akan memberi efek signifikan terhadap pengembangan usaha (Subrata dkk, 2025). Hasil pelatihan teknik dan strategi pemasaran produk olahan buah pepaya dalam menghadapi persaingan pasar merupakan tujuan akhir yang hendak dicapai dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini.

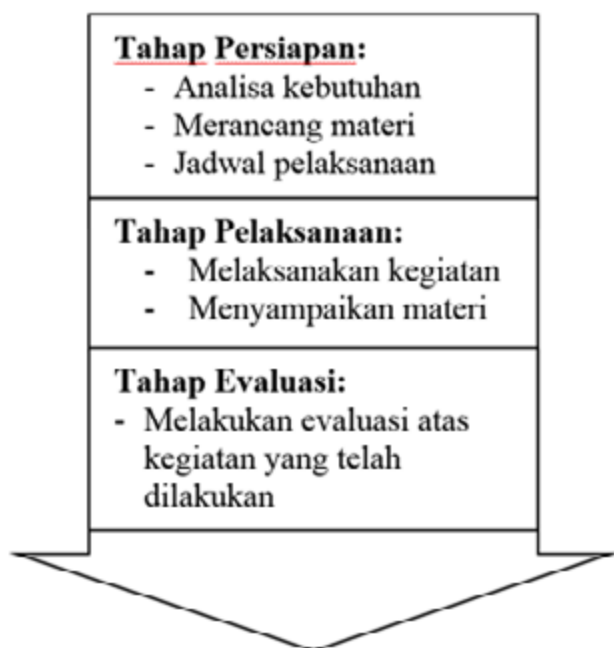
B. METODE

1. Tempat, dan waktu pelaksanaan pelatihan

Kegiatan Pelatihan membuat formula produk olahan buah pepaya matang, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan teknik dan strategi pemasaran produk olahan tersebut, dilaksanakan

di Desa Bojong, Kecamatan Banjarwangi, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Peserta pelatihan terdiri atas 13 (tiga belas) orang, 3 orang merupakan anggota kelompok petani Banyumuli, dan 10 orang merupakan tenaga kerja tidak tetap yang baru direkrut. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan mulai bulan Juli 2025 sampai dengan September 2025.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan teknik dan pemasaran produk olahan buah pepaya telah dilaksanakan melalui beberapa tahap, sebagaimana disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahapan kegiatan program PKM di Desa Bojong

Solusi yang ditawarkan oleh tim UICM atas permasalahan prioritas yang dihadapi kelompok petani Banyumuli adalah memberi arahan terhadap aspek pengelolaan sumber daya manusia, dan aspek distribusi wilayah pemasaran atas produk olahan. Ketidaktahuan anggota kelompok dalam mengelola bahan segar menjadi produk olahan, dan rendahnya jumlah anggota yang berusia muda, menjadi alasan tim UICM menganggap penting akan bentuk kedua jenis pelatihan ini. Anggota kelompok petani Banyumuli (khususnya usia muda dan tenaga kerja tidak tetap yang direkrut), dimotivasi sedemikian rupa untuk dilatih membuat formula sirup, selei, dan permen jeli asal pepaya sebagai produk

lokal, serta dibina untuk memiliki kecakapan baru, yaitu memasarkan atau mendistribusikan produk olahan ke semua penjuru wilayah yang terjangkau jaringan internet.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim UICM memberi arahan seleksi penambahan anggota kelompok sebagai tenaga kerja tidak tetap melalui seleksi berjenjang sehingga terpilih 10 orang yang dianggap mampu untuk mengikuti pelatihan membuat produk olahan buah pepaya, serta selanjutnya mampu untuk mengikuti pelatihan teknik dan strategi pemasaran produk olahan buah pepaya tersebut.

1. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan telah dilakukan melalui analisa kebutuhan, yaitu observasi, dan identifikasi beberapa remaja berusia 18-30 tahun yang belum memiliki pekerjaan tetap di Desa Bojong. Berikutnya merancang materi yang akan diberikan, alat dan bahan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan kegiatan. Tahap persiapan, termasuk komunikasi dengan ketua kelompok petani Banyumuli untuk menentukan jadwal kunjungan dengan sebelumnya mempertimbangkan kondisi akses jalan atau sarana dan prasarana transportasi, mengingat musim hujan yang belum berakhir, sehingga pelaksanaan kegiatan sebagian dilakukan secara daring. Berdasarkan hasil survey secara daring, diperoleh data sebanyak 16 orang remaja yang belum memiliki pekerjaan tetap. Data diolah secara berjenjang, kemudian terpilih 10 orang untuk dijadikan tenaga kerja tidak tetap yang akan membantu kelompok petani Banyumuli dalam membuat produk olahan sirup, selei, dan permen jeli, serta menyusun strategi pemasaran produk olahan tersebut. Setelah terpilih 10 orang yang direkrut oleh kelompok petani Banyumuli, kemudian tim UICM membuat jadwal pelaksanaan pelatihan, baik secara daring maupun secara luring.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah melalui diskusi mengenai kesepakatan jadwal pelaksanaan pelatihan membuat formula produk olahan buah pepaya dalam bentuk sirup, selei, dan permen jeli, maka semua peserta yang terpilih harus disiplin untuk hadir mengikuti

kegiatan pelatihan tersebut. Langkah pertama tim UICM adalah memberi arahan kepada jajaran organisasi kelompok petani Banyumuli untuk menyeleksi proses rekrutment tenaga kerja tambahan (sebagai tenaga kerja tidak tetap) berdasarkan kriteria usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan formal, etos kerja, dan latar belakang pekerjaan terdahulu. Pelaksanaan rekrutmen berjalan lancar, terjaring calon peserta sangat antusias untuk mengikuti pelatihan membuat produk olahan buah pepaya serta mengikuti pelatihan teknik dan strategi pemasaran produk olahan tersebut. Umumnya peserta sepakat mengikuti pelatihan, baik secara daring maupun secara luring di hari Sabtu atau Minggu. Karakteristik informan tenaga kerja yang direkrut, disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik tenaga kerja terpilih.

No	Infor- man	Jenis Ke- lamin / Usia	Pendidikan	Pekerjaan awal
1	Yn	Perempuan / 20 th	SMP	ART
2	Ds	Perempuan / 20 th	Tsanawiah	ART
3	Rb	Laki-laki / 25 th	SMK	Ojek Online
4	Tu	Laki-laki / 24 th	SMA	Sopir
5	Hr	Laki-laki / 22 th	SMA	Pedagang Asong
6	Sg	Perempuan / 31 th	MAN	Pelayan toko
7	Mh	Laki-laki / 28 th	SMK	Ojek Online
8	El	Perempuan / 20 th	MAN	Tidak bekerja
9	Di	Perempuan / 21 th	SMP	Pelayan Toko
10	Nn	Perempuan / 22 th	SMP	ART

Berdasarkan Tabel 1. jumlah peserta pelatihan adalah 10 orang, terdiri atas 4 (empat) orang laki-laki dan 6 (enam) orang perempuan dengan kisaran usia berkisar 20 tahun hingga 31 tahun (gambar 4.). Pendidikan rata-rata peserta sudah cukup memadai yaitu 50% pendidikan dasar menengah dan 50% pendidikan dasar atas.



Gambar 5. Jenis pekerjaan peserta pelatihan sebelum diberi pelatihan

Persentase kondisi umum pekerjaan generasi muda di Desa Bojong sebelum diberi pelatihan, sebagaimana disajikan pada Gambar 5. yaitu sebagai supir, ojek online, pedagang asongan, asisten rumah tangga, pelayan toko dan tidak bekerja. Seleksi rekrutmen untuk penambahan tenaga tidak tetap bagi kelompok petani Banyumuli adalah diberikan motivasi untuk memiliki usaha rumahan dari buah pepaya sebagai potensi produk lokal daerah. Selanjutnya produk olahan ini dikelola sendiri menjadi home industri. Hasil olahan pepaya diperoleh produk yang lebih tahan lama disimpan, bervariasi dalam rasa, aroma, tampilan penyajian, (Duda dkk, 2021) serta perluasan distribusi pasar.

Berdasarkan hasil rekrutmen tenaga tidak tetap, sosialisasi secara virtual kepada tenaga kerja tersebut dilakukan sebanyak 3 (tiga) kali untuk membekali mereka tentang pengetahuan mengolah buah pepaya matang, alat teknologi apa saja yang diperlukan, serta bagaimana proses tahapan sejak mulai panen, pengelolaan buah matang hingga menjadi produk olahan berupa selei, sirup, dan permen jeli. Teknik membuat formulasi produk atas dasar kegiatan trial dan error yang telah dilakukan oleh tim UICM di Laboratorium Kimia Universitas Insan Cendekia Mandiri, berlokasi di kota Bandung. Setelah tim UICM memperoleh formulasi terbaik atas tiga macam produk olahan, sesuai standar yang telah ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional (2013a dan 2013b) maka jadwal pelatihan secara luring diberikan kepada peserta sebanyak 4 kali, pada bulan Agustus sampai September 2025. Hasil pelatihan membuat selei, sirup, dan permen jeli, dikemas dan diuji daya simpan pada suhu ruang.

Keberlanjutan dari pelatihan membuat formula produk olahan buah pepaya, adalah pelatihan bagaimana teknik dan strategi pemasaran atas produk olahan tersebut. Dalam hal ini tim UICM menjelaskan, menerapkan, memberi contoh tentang bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif masa kini, dibandingkan dengan media konvensional lainnya. Pelatihan mengenai sesi ini dijelaskan bagaimana dampak positif dari pemanfaatan media sosial, serta teknik kehati-hatian atau waspada terhadap upaya penipuan dari pihak konsumen jarak jauh.

Tim UICM juga memberikan contoh beberapa bentuk dan bahan kemasan yang menarik serta fungsional, bebas toksik, serta memberi efek daya tahan simpan produk lebih lama (Sunyoto dkk, 2018). Memilih merk dagang dan rancangan stiker produk olahan telah dipandu dan diarahkan oleh tim UICM, diberi keterangan komposisi bahan baku, kandungan zat aditif, serta bagaimana cara mengajukan sertifikat halal sebagai produk UMKM. Tim UICM juga menjelaskan langkah-langkah memulai pemasaran secara daring atau online. Pelatihan pengaplikasian sosial media sebagai sarana promosi produk, juga diberikan antara lain dengan memanfaatkan marketplace yaitu Youtube, Whatsapp dan Instagram.

3. Tahap evaluasi kegiatan

Tim UICM berkewajiban mengevaluasi keaktifan para peserta pelatihan dalam menerapkan teknik dan strategi pemasaran produk olahan buah pepaya. Keberlanjutan strategi pemasaran melalui pemanfaatan media sosial akan dipantau melalui Whatsapp dan Instagram, untuk diperoleh data apakah materi pelatihan yang disampaikan telah dirasakan manfaatnya terhadap perluasan distribusi pemasaran serta peningkatan pendapatan kelompok petani Banyumuli. Selain itu, kelemahan dari upaya strategi pemasaran secara daring juga dipantau melalui wawancara kepada peserta pelatihan dan hasil catatan dokumen penjualan dan keuntungan. Jika ditemukan teknik dan strategi pemasaran melalui media sosial kurang menguntungkan, maka perlu diperbaiki, diberi pengetahuan lagi atau dilatih kembali secara daring agar

mereka lebih handal dalam mengatasi berbagai kelemahan yang ditemui untuk meningkatkan daya saing penjualan produk. Tabel 2. berikut merupakan rangkuman kondisi keterampilan kelompok petani Banyumuli terhadap input yang diberikan, output yang diperoleh dan outcome yang diharapkan.

Tabel 2. Kondisi keterampilan kelompok petani Banyumuli pasca pelatihan teknik dan strategi pemasaran produk olahan buah pepaya.

Input	Output	Outcome
Peserta belum memiliki produk olahan pepaya untuk dipasarkan melalui media sosial online/ offline	Peserta memiliki produk olahan yang diminati, terpilih jenis produk olahan apa yang dominan untuk dipasarkan	Memiliki peluang usaha baru yang dapat memotivasi, menggerakkan masyarakat Desa Bojong
Peserta belum memiliki kecakapan baru dalam hal pengetahuan, ketrampilan maupun sikap	Peserta memiliki kecakapan baru, pengetahuan, ketrampilan, dan sikap terhadap pemasaran produk olahan	Mampu praktik aplikasi teknik dan strategi pemasaran, baik dan paham aplikasi carva via website.
Belum memiliki pengetahuan teknik dan strategi pemasaran produk	memiliki pengetahuan tentang teknik dan strategi pemasaran produk	Meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan masyarakat melalui produk lokal Desa Bojong

Keberlanjutan evaluasi dari kegiatan pelatihan teknik dan strategi pemasaran atas 3 (tiga) produk olahan pepaya (selei, sirup, dan permen jeli), antara lain disebarkan kuosioner kepada konsumen tentang produk olahan apa yang lebih mudah dipasarkan secara daring dan jarak jauh. Berdasarkan hasil kuosioner yang disebarkan, diperoleh data kesukaan dan kemudahan konsumen dalam memperoleh tiga jenis produk olahan buah pepaya, sebagaimana yang disajikan pada Gambar 6. Data ini diperlukan agar pada periode berikutnya, maka jenis produk diprioritaskan atas dominasi pilihan konsumen agar keuntungan yang diperoleh produsen menjadi lebih besar dan distribusi pemasaran dapat lebih luas lagi.

Berdasarkan Gambar 6. bahwa hasil olah data

sebaran kuosioner melalui media sosial, urutan dominasi pilihan konsumen adalah permen jeli, sirup dan selei.



Gambar 6. Dominasi jenis produk olahan buah pepaya yang diminati konsumen.

Selama pelatihan berlangsung, partisipasi para anggota kelompok petani Banyumuli terhadap pembinaan keterampilan membuat produk olahan dari buah pepaya matang sesuai dengan program Pengabdian kepada Masyarakat (yang diusulkan oleh tim UICM), telah disambut baik, antara lain yaitu telah berperan aktif dalam perencanaan menambah tenaga kerja tidak tetap, pelaksanaan membuat produk olahan selei, sirup, dan permen jeli, serta berkenan untuk dievaluasi terhadap program pelatihan yang telah diberikan.

Bentuk partisipasi kelompok petani Banyumuli dalam aktifitas pelatihan ini, secara langsung telah menarik minat masyarakat sekitar untuk ikut terlibat dan menumbuhkan rasa ingin tahu lebih jauh bagaimana cara mengelola buah-buahan tropis terutama buah pepaya agar lebih tahan disimpan. Peran aktif kelompok petani Banyumuli dalam melaksanakan rencana kegiatan pelatihan (termasuk menyediakan tempat, sebagian alat dan bahan baku untuk pelatihan, serta melibatkan sebagian generasi muda masyarakat di Desa Bojong merupakan langkah awal untuk terciptanya lapangan pekerjaan baru yang berbasis hilirisasi dalam industri pangan. Selain itu, terbukanya hasrat atau keinginan para anggota kelompok petani Banyumuli dalam upaya mempromosikan produk olahan melalui media sosial, seperti Youtube, Watshapp, Instagram atau lainnya diprediksi merupakan langkah baik untuk menuju keberhasilan pemasaran produk olahan (Saputra dkk, 2025). Bentuk disain produk untuk

promosi online, melalui penggunaan aplikasi Carva yang diajarkan oleh tim UICM kepada peserta pelatihan, secara langsung juga telah berbagi pengetahuan tentang suatu metode pembelajaran berbasis proyek. Pembuatan akun Carva dapat dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran online dalam memperluas distribusi pemasaran produk olahan pepaya yaitu permen jeli, sirup, dan selei. Keterampilan peserta pelatihan dalam membuat dan pengembangan disain-disain produk olahan, akan terus dipantau oleh tim UICM setelah program Pengabdian kepada Masyarakat ini selesai hingga 2-3 tahun ke depan sesuai visi misi UICM menjadi kampus pemberdayaan masyarakat.

D. KESIMPULAN

Peserta pelatihan termotivasi untuk bersungguh-sungguh mempelajari teknologi hilirisasi produk alami menjadi produk olahan, dengan harapan dapat meningkatkan daya kreasi dan inovasi demi keberlanjutan terbukanya lapangan pekerjaan bagi penduduk lokal Desa Bojong. Tenaga tidak tetap yang telah dipilih oleh Ketua kelompok petani Banyumuli, selanjutnya terpilih untuk mengikuti pelatihan teknik dan strategi pemasaran, disarankan oleh tim UICM untuk dipertahankan selama 3-6 bulan ke depan agar kegiatan hilirisasi produk olahan pepaya tetap berlanjut.

Pelatihan teknik dan strategi pemasaran produk olahan buah pepaya secara online, merupakan cara mudah konsumen untuk belanja, terutama bagi konsumen yang sibuk atau tidak sempat belanja ke pasar, atau karena konsumen tidak menemui produk yang mereka sukai di toko offline. Pemasaran online melalui media sosial, diprediksi sebagai teknik dan strategi pemasaran yang ampuh, mudah, dan efisien dalam menghabiskan produk. Kecakapan para peserta pelatihan dalam menerapkan pemasaran berbasis proyek, diharapkan dapat meningkatkan kreasi, dan inovasi dalam membuat produk olahan buah pepaya sebagai andalan produk lokal Desa Bojong.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset

dan Teknologi RI yang telah memberikan dana hibah Pengabdian kepada Masyarakat, kelompok skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, ruang lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, D., Karwati, L., & Danial, A. (2021). Penerapan Pendidikan Orang Dewasa dalam Program Bina Keluarga Balita (BKB). Bandung: Indonesian Journal Of Adult and Community Education, 3(2): 9.
- Badan Standardisasi Nasional. Selai Buah. SNI 3544:2013. (2013a). <https://pesta.bsn.go.id/produk/detail/8521-sni35442013>
- Badan Standardisasi Nasional. Sirup. SNI 3544:2013. (2013b) <https://pesta.bsn.go.id/produk/detail/8521-sni35442013>
- Duda, H. J., Syafruddin, D., Utami, Y. E., & Wahyuni, F. R. E. (2021). Kualitas Sensorik Sirup Pepaya (*Carica papaya L.*) dengan Penambahan Daun Salam (*Eugenia polyantha*). Jurnal Pengolahan Pangan. 6(2): 71-78. <https://doi.org/10.31970/pangan.v6i2.52>.
- Google maps. (2025). Tangkapan layar Desa Bojong, Kecamatan Banjarwangi, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat.
- Iriani, F. (2020). Fisiologi Pascapanen untuk Tanaman Hortikultura. Penerbit Dee Publish, Yogyakarta. 2020.
- Kader AA, Morris LL, Canttwell MI. Postharvest handling and physiology of horticultural. University of California. 2013. [Diakses pada 6 Desember 2024] Tersedia online: <https://www.yumpu.com/en/document/view/11491312/postharvest-handling-and-physiology-of-horticultural-crops>
- Kelompok petani Banyumuli. (2023). Database struktur organisasni kelompok petani Banyumuli, Desa Bojong, Kec. Banjarwangi, Kab.Garut.
- Prabowo, P dan Iriani, F. (2017). Implementasi Nilai Inovator KejarAURORA bagi Anak-Anak Pra Sejahtera. JPKM Uninus Vol.7 No.1 <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM/article/view/168>
- Prabowo, P dan Iriani, F. (2022). Entrepreneurship Education Needs of Agricultural Students. Proceedings of the 3rd South American International Industrial Engineering and Operations Management Conference Asuncion, Paraguay p.776-781 <https://ieomsociety.org/proceedings/2022paraguay/189.pdf>
- Saputra, RE, MI Dimas, dan MF Ashabi. (2025). Strategi Peningkatan Produktifitas Getuk Pisang Nikmat Rasa Melalui Media Sosial. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM> doi: <https://doi.org/10.30999/jpkm.v15i2.3598>
- Setiawati, RI & I Shofwan. (2023), Implementasi Prinsip Pendidikan Orang Dewasa pada Pelatihan Tata Busana di Satuan Pendidikan Non Formal SKB. Ungaran. Jurnal:Lifelong Education Vol. 3 No.1: 40-59
- Simangunsong, NS, VMA Sagita, MF Mufti, M Fadhil, QZ Fadilah, AM Rozamuri (2024). Pelatihan Ketrampilan Pengelolaan Manik-manik untuk Meningkatkan Ketrampilan dan Jiwa Wirausaha pada Siswa SMP 153 Jakarta. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Uninus. Edisi spesial Oktober 2024: 88-92. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM/article/view/3624> <https://doi.org/10.30999/jpkm.v14i2.3322>.
- Setiawati, RI & I Shofwan. (2023), Implementasi Prinsip Pendidikan Orang Dewasa pada Pelatihan Tata Busana di Satuan Pendidikan Non Formal SKB. Ungaran. Jurnal:Lifelong Education Vol. 3, No.1, Hal 40-59
- Subrata, J., MY Faizin, dan A Setiawan. (2025). Membangun Strategi Pemasaran Digital Produk Pertanian Organik di Agro Zulfa Garden Kecamatan Tarub. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Uninus Vol. 15(1): Abstract <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM/article/view/3624> <https://doi.org/10.30999/jpkm.v15i2.3624>
- Sudjana, D., (2007). Sistem dan Manajemen Pelatihan Teori dan Praktek, Bandung: Falah Production.
- Sunyoto M, Firgianti G, Sulastri S, Utama DD. (2018). Produce: Good Product from Good process. Penerbit Bitread, Bandung. 2018.
- Wagner, T. (2012). Creating Innovators: The Making of Young People Who Will Change the World. New York: Scribner.
- Wills R, McGlasson B, Graham D, Joyce D. Postharvest. (2007). An Introduction to the Physiology and Handling of Fruit, Vegetables & Ornamentals. UNSW Press. Tersedia online: <https://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:135800>
- Winarti, A. (2017). Pendidikan Orang Dewasa (Konsep dan Aplikasi). Alfabeta. Bandung