PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat **Vol. 4, No. 2 Desember 2025, Hal 1-10**
DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS POTENSI LOKAL: STRATEGI EKONOMI KREATIF DAN KEMANDIRIAAN MASYARAKAT DESA TUAKOLE

Bonavasia Vicenta De Sousa[1], Gradiana Imakulata Fahik[2], Theresia Anggraeni Oki[3], Angela Letisia Beda[4], Maria Oktavia Sartin[5], Maria Giska Ariella Musu[6], Maksimilianus Paulus Jati Gamatara[7*]

[1-7]Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Email: desousabonavasia@gmail.com[1], imafahik95@gmail.com[2], okitheresia640@gmail.com[3], letisiabeda29@gmail.com[4], otrydabun@gmail.com[5], giskaariella6@gmail.com[6], maksimilianusgamatara@unwira.ac.id[7]

ABSTRAK

Program pengabdian di Desa Tuakole, Kabupaten Timor Tengah Selatan bertujuan mengembangkan kewirausahaan berbasis potensi lokal melalui inovasi produk olahan pisang "Uki Namin". Kegiatan dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan, dan evaluasi yang melibatkan ibu-ibu PKK serta pemuda desa. Pelatihan mencakup teknik pengolahan, pengemasan, branding, pemasaran digital, serta manajemen keuangan sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap inovasi produk, ditandai dengan kemampuan mereka menjelaskan tahapan produksi hingga menciptakan varian rasa seperti original, balado, dan gula air. Inovasi ini meningkatkan nilai ekonomi pisang dari Rp5.000 menjadi Rp45.000 per kemasan sekaligus membentuk identitas produk khas desa yang berpotensi memperluas pasar. Program ini membuktikan bahwa pelatihan praktis mampu mentransfer keterampilan, meningkatkan pendapatan, serta menumbuhkan kesadaran keamanan pangan, sehingga dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal; Inovasi Produk; Ekonomi Kreatif; Pengolahan Pisang; Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRACT

The community service program in Tuakole Village, South Central Timor Regency aims to develop entrepreneurship based on local potential through the innovation of a processed banana product called "Uki Namin." The activities were carried out through socialization, training, and evaluation involving PKK women and village youth. The training covered processing techniques, packaging, branding, digital marketing, and simple financial management. The results of the activities show an increase in participants' understanding of product innovation, as evidenced by their ability to explain the production stages and create flavor variants such as original, balado, and sugar water. This innovation has increased the economic value of bananas from IDR 5,000 per bunch to IDR 45,000 per package, while also forming a distinctive village product identity that has the potential to expand the market. This program demonstrates that practical training can transfer skills, increase income, and foster food safety awareness, thereby serving as a sustainable model for community empowerment based on local potential.

Keywords: *Entrepreneurship Based On Local Potential; Product Innovation; Creative Economy; Banana Processing; Community Empowerment*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan pilar penting dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, baik di tingkat lokal maupun nasional. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kewirausahaan adalah suatu proses dinamis yang melibatkan pendirian dan pengelolaan

DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

bisnis dengan berlandaskan pada inovasi, keberanian mengambil risiko, dan kreativitas untuk menciptakan nilai tambah (KBBI, 2024). Individu yang berwirausaha tidak hanya mandiri dan inovatif, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, menciptakan produk baru, menentukan metode produksinya, memasarkan, serta mengelola modal dengan efektif (Manalu, 2024). Oleh karena itu, mendorong dan membina masyarakat di pedesaan untuk mengembangkan potensi kewirausahaan mereka adalah salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi.

Pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif menjadi strategi yang relevan untuk pertumbuhan ekonomi lokal. Potensi lokal seperti kerajinan tangan, kuliner tradisional, seni pertunjukan, dan produk berbasis budaya dapat diolah menjadi nilai jual tinggi jika dikemas secara kreatif dan inovatif (PERPRES No. 97 Tahun 2019, 2019). Namun, pengembangan potensi ini sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pengetahuan manajerial, keterbatasan akses pasar, dan rendahnya pemanfaatan teknologi (Ayu, 2024; Permana et al., 2014). Tantangan ini diperparah oleh kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya keamanan pangan, khususnya bahaya produk makanan yang sudah kedaluwarsa. Berdasarkan hasil observasi awal di Desa Tuakole, Kecamatan Batu Putih, Kabupaten Timor Tengah Selatan, ditemukan bahwa masih banyak warga yang menjual dan membeli jajanan kedaluwarsa, mengindikasikan rendahnya kesadaran akan risiko kesehatan yang ditimbulkan.

Desa Tuakole memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, khususnya dalam sektor pertanian seperti pisang. Potensi ini dapat menjadi fondasi yang kuat untuk mengembangkan industri kreatif lokal. Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Desa Tuakole harus melibatkan pendekatan partisipatif dan kolaboratif yang mencakup peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan lokal, dukungan infrastruktur, serta integrasi antara sektor kuliner dan ekonomi inovatif (Khoiriyah & Muljanto, 2025; Talani & Tuli, 2023). Untuk mengatasi masalah yang teridentifikasi, maka diperlukan suatu program intervensi yang dapat membantu masyarakat mengenali potensi unggul mereka dan mengembangkannya menjadi produk ekonomi yang bernilai tinggi (Jufriyanto, 2019; Ritonga et al., 2023)

Berdasarkan analisis situasi tersebut, tim pengabdian ini merancang sebuah program yang berfokus pada pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal dan edukasi tentang keamanan pangan. Terdapat tiga masalah utama yang akan menjadi fokus utama dari kegiatan ini diantaranya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan. Masyarakat di Desa Tuakole belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai manajemen usaha, pemasaran, dan inovasi produk. Kondisi ini menghambat mereka untuk memulai atau mengembangkan usaha yang berkelanjutan (Syastra & Amrizal, 2019). Selain itu terdapat masalah tidak adanya pemetaan sistematis terhadap potensi sumber daya local yang mengakibatkan ketidakjelasan mengenai peluang usaha yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan ekonomi kreatif serta rendahnya kesadaran keamanan pangan di mana masih banyak warga yang tidak memahami bahaya mengonsumsi atau menjual produk makanan kedaluwarsa. Penemuan adanya penjualan jajanan kedaluwarsa menunjukkan adanya urgensi untuk memberikan edukasi yang komprehensif terkait hal ini.

Selain itu, pengembangan kewirausahaan lokal juga sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya tujuan ke-8 tentang Decent Work and Economic Growth serta tujuan ke-12 tentang Responsible Consumption and Production. Pada tingkat nasional, peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbukti sangat signifikan, yakni menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui kewirausahaan berbasis potensi lokal tidak hanya penting bagi Desa Tuakole, tetapi juga mendukung pembangunan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya menjawab tantangan lokal berupa rendahnya keterampilan kewirausahaan, kurangnya pemetaan potensi desa, serta lemahnya kesadaran akan keamanan pangan, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap kebijakan nasional dan target pembangunan global. Intervensi di Desa Tuakole diharapkan menjadi langkah strategis dalam mengembangkan potensi lokal berbasis kewirausahaan, memperkuat kemandirian ekonomi, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan pangan.

Artikel ini akan membahas peran tim pengabdian dalam mendukung kewirausahaan berbasis potensi lokal di Desa Tuakole melalui serangkaian kegiatan yang mencakup sosialisasi, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi dampak. Dengan pendekatan ini, diharapkan terbentuk ekosistem ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan kesejahteraan, membangun identitas desa, dan memperluas partisipasi masyarakat dalam proses produksi secara berkelanjutan.

METODE KEGIATAN

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Metode yang digunakan adalah kombinasi dari sosialisasi, pelatihan, dan evaluasi. Tahap sosialisasi berupa pemaparan materi tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, dengan pisang sebagai komoditas utama. Tahap pelatihan dilakukan dengan praktik langsung pembuatan produk olahan pisang, mulai dari pengupasan, pengolahan, hingga pengemasan dan branding dan tahap terakhir, tim pengabdian melakukan evaluasi melalui sesi tanya jawab untuk mengetahui sejauh mana masyarakat mampu memahami dan menerapkan ide-ide tentang pengembangan ekonomi kreatif dengan mendorong produk lokal.

1. Sosialisasi dan Pemetaan Potensi Lokal

Tahap awal kegiatan ini adalah sosialisasi yang bertujuan untuk memperkenalkan konsep pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal kepada masyarakat (Hendriani *et al*., 2024). Tim pengabdian memaparkan materi mengenai strategi pemanfaatan sumber daya alam, khususnya pisang, sebagai komoditas utama yang dapat diolah menjadi produk bernilai jual tinggi.

Selain itu, tim juga memberikan edukasi penting tentang keamanan pangan. Berdasarkan hasil observasi awal, kami menemukan adanya praktik penjualan jajanan kedaluwarsa, yang mengindikasikan rendahnya kesadaran masyarakat akan bahaya produk tersebut. Oleh karena itu, sosialisasi mencakup materi mengenai cara memeriksa tanggal kedaluwarsa dan risiko kesehatan dari konsumsi makanan basi. Diskusi ini juga dimanfaatkan untuk memetakan potensi masyarakat dan pelaku UMKM setempat agar program dapat disesuaikan dengan kebutuhan riil di lapangan.

2. Pelatihan Produksi dan Pemasaran

Setelah sosialisasi, dilanjutkan dengan tahap yang berfokus pada praktik langsung. Dalam tahap ini, peserta diberikan bimbingan pelatihan untuk membuat produk olahan pisang. Tahapannya meliputi:

DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

a. Produksi: Peserta diajarkan teknik pengolahan pisang, mulai dari persiapan bahan baku hingga proses produksi menjadi produk olahan yang menarik.
b. Pengemasan dan *Branding*: Peserta dibimbing untuk membuat kemasan produk yang menarik dan mengembangkan merek (branding) agar produk memiliki identitas kuat dan daya saing di pasar (Kusumadewi *et al*., 2023).
c. Pemasaran: Pelatihan ini mencakup strategi promosi produk secara efektif, termasuk melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya (Febriani, 2024). Tujuannya adalah untuk memperluas jangkauan pasar produk lokal.
d. Manajemen Keuangan Sederhana: Peserta juga dilatih untuk membuat pembukuan dan laporan keuangan sederhana guna memastikan pengelolaan usaha yang teratur dan berkelanjutan (Sasana *et al*., 2025).

3. Evaluasi dan Pendampingan

Tahap terakhir adalah evaluasi dan pendampingan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan sesi tanya jawab dan diskusi dengan peserta untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan penerapan materi yang telah diberikan. Evaluasi ini menjadi dasar untuk menilai keberhasilan program dan merancang pendampingan lanjutan. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan praktis masyarakat serta kemampuan digitalisasi pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha mereka di masa mendatang.

Lokasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Tuakole, Kecamatan Batu Putih, Kabupaten Timor Tengah Selatan, pada 3–7 Agustus 2025. Lokasi utama kegiatan ini adalah Kapela Tuakole dan rumah Ketua RT 05.

Peserta

Peserta yang mengikuti kegiatan ini diantaranya adalah Ibu-Ibu PKK dan para Pemuda Desa Tuakole. Jumlah ibu-ibu PKK yang mengikuti kegiatan pengabdian ini berjumlah 15 orang peserta, sedangkan dari pihak Pemuda Desa Tuakole berjumlah 10 orang peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian di Desa Tuakole menunjukkan hasil yang positif, khususnya dalam memperkenalkan inovasi pengolahan pisang sebagai komoditas utama. Pelaksanaan program ini dilakukan melalui beberapa tahap, dimulai dengan sosialisasi hingga praktik langsung.

Kegiatan sosialisasi pertama dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2025 di Kapela Tuakole, setelah ibadat sabda. Tim pengabdian memilih buah pisang sebagai komoditas utama karena ketersediaannya yang melimpah di hampir setiap rumah warga. Berdasarkan observasi, pisang di desa ini umumnya hanya diolah menjadi pisang goreng atau dijual mentah tanpa nilai tambah. Harga jual pisang mentah per sisir hanya sekitar Rp5.000, sementara satu tandan berkisar antara Rp30.000 hingga Rp50.000. Untuk meningkatkan nilai ekonomi, tim pengabdian memperkenalkan inovasi produk olahan baru yang diberi nama "Uki Namin" dan menargetkan harga jual per kemasan sebesar Rp45.000.

DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2025)
Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi kewirausahaan Pangan Lokal

Sosialisasi kedua dilaksanakan pada tanggal 7 Agustus 2025 di rumah Ketua RT 05, Bapak Osias Lasa. Pada kesempatan ini, tim kembali menekankan potensi dan nilai tambah dari pengolahan pisang. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya inovasi dalam berwirausaha guna meningkatkan pendapatan dan memanfaatkan potensi lokal secara optimal (Ayu, 2024).

Setelah sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan praktis pembuatan "Uki Namin". Proses ini dirancang agar mudah diikuti oleh masyarakat. Tahapannya meliputi:

a. Persiapan Bahan: Pisang mentah yang telah dikupas direndam dalam air garam untuk menghilangkan getah dan mempertahankan warnanya agar tidak menghitam. Proses ini penting untuk memastikan kualitas produk akhir.
b. Pengolahan: Pisang yang sudah direndam kemudian diparut menggunakan parutan berbentuk stik. Tepung maizena ditambahkan dan diaduk merata untuk mencegah pisang saling menempel saat digoreng.
c. Penggorengan: Pisang diparut dan digoreng dalam minyak panas dengan api sedang hingga matang merata dan berwarna keemasan.
d. Pemberian Rasa: Produk olahan pisang yang telah matang diberi varian rasa yang inovatif, yaitu original, balado, dan gula air. Varian ini dipilih untuk memberikan daya tarik dan keunikan produk.

Dengan memperkenalkan produk "Uki Namin", diharapkan terjadi peningkatan signifikan dalam nilai jual pisang dari yang semula hanya Rp5.000 per sisir menjadi Rp45.000 per kemasan produk akhir. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menciptakan identitas produk khas Desa Tuakole yang memiliki potensi pasar lebih luas (Tutiasri *et al*., 2024).

DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2025)
Gambar 3. Pelatihan pembuatan Produk kewirausahaan (Olahan Buah Pisang)

Pengembangan produk "Uki Namin" merupakan inisiatif kreatif yang dirancang untuk memberikan nilai tambah pada komoditas pisang di Desa Tuakole. Inovasi ini tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga pada penerapan strategi pemasaran yang komprehensif. Strategi ini mengacu pada konsep Marketing Mix atau Bauran Pemasaran yang dikenal dengan empat elemen utamanya: *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Penerapan keempat elemen ini secara terpadu bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk dan memaksimalkan potensi penjualan (Sari *et al*., 2025).

a) Produk (*Product*), "Uki Namin" adalah hasil inovasi olahan pisang yang berbeda dari keripik pisang pada umumnya. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan fokus pada nilai tambah yang mencakup bentuk, rasa, kualitas, dan kemasan yang lebih modern. Keunggulan "Uki Namin" adalah kemampuannya untuk menembus pasar yang lebih luas baik lokal maupun global dikarenakan karakteristik produknya yang modern. Inovasi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat tetapi juga memperkenalkan identitas khas Desa Tuakole melalui produk oleh-oleh yang menarik.
b) Harga (*Price*), penetapan harga merupakan faktor krusial dalam keberhasilan penjualan. Dalam kasus "Uki Namin", harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan nilai jual yang diharapkan. Awalnya, harga satu sisir pisang mentah hanya Rp5.000. Setelah diolah menjadi "Uki Namin", satu sisir pisang tersebut dapat menghasilkan 25 bungkus produk. Dengan harga jual per bungkus sebesar Rp5.000, total pendapatan kotor dari satu sisir pisang mencapai Rp125.000. Setelah dikurangi biaya produksi sebesar Rp70.000, keuntungan bersih yang diperoleh adalah Rp55.000 per sisir pisang. Peningkatan nilai jual ini secara signifikan membuktikan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.
c) Distribusi (*Place*), adalah elemen penting untuk memastikan produk mudah dijangkau oleh konsumen. Strategi distribusi "Uki Namin" berfokus pada penempatan produk di lokasi-lokasi strategis. Ini mencakup toko-toko modern, swalayan, hingga pasar tradisional di Kecamatan Batu Putih. Jaringan distribusi yang efektif ini memastikan bahwa produk dapat diakses oleh konsumen dari berbagai segmen, sehingga memperbesar peluang penjualan dan kesuksesan di pasar.
d) Promosi (*Promotion*), merupakan sarana untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kesadaran akan produk. Untuk produk "Uki Namin", strategi promosi

DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

memanfaatkan kekuatan media sosial. *Platform* seperti *TikTok, Facebook, WhatsApp*, dan *Instagram* digunakan untuk menyebarkan informasi, menampilkan visual produk, dan berinteraksi dengan calon konsumen. Keterlibatan aktif para pemuda-pemudi desa dalam promosi ini menjadi kunci keberhasilan, karena mereka memiliki pemahaman yang baik tentang platform digital dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Promosi digital ini tidak hanya efektif secara biaya, tetapi juga efisien dalam membangun *brand awareness* produk lokal.

Langkah terakhir yang dapat dilakukan adalah evaluasi hasil kegiatan. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program dan pemahaman masyarakat terhadap materi yang telah disampaikan. Sesi ini dilaksanakan melalui diskusi interaktif dan tanya jawab yang melibatkan para peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan partisipasi masyarakat terhadap pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal.

Melalui sesi tanya jawab, peserta menunjukkan pemahaman yang baik mengenai konsep inovasi produk. Mereka mampu menjelaskan tahapan pengolahan pisang menjadi "Uki Namin", mulai dari persiapan bahan, teknik pengolahan, hingga pemberian varian rasa. Peningkatan ini membuktikan bahwa pelatihan praktis yang diberikan telah berhasil menransfer keterampilan baru kepada masyarakat. Adanya varian rasa seperti original, balado, dan gula air juga mendorong kreativitas mereka untuk bereksperimen lebih lanjut dengan produk olahan lainnya (Salim & Effendi, 2022).

Peserta menunjukkan pemahaman yang cukup baik mengenai bauran pemasaran (4P). Mereka memahami bahwa keberhasilan produk tidak hanya bergantung pada kualitas, tetapi juga pada strategi pemasaran yang tepat (Tutiasri *et al*., 2024). Beberapa poin yang berhasil dipahami oleh masyarakat antara lain seperti Produk (*Product*) di mana masyarakat memahami bahwa "Uki Namin" memiliki nilai jual lebih tinggi karena bentuk dan varian rasanya yang unik dibandingkan keripik pisang biasa. Harga (*Price*), yang mana peserta mampu menghitung keuntungan bersih dari satu sisir pisang, yang menunjukkan pemahaman mereka terhadap konsep penetapan harga berdasarkan biaya produksi dan target keuntungan. Peningkatan nilai ekonomi ini menjadi motivasi kuat bagi mereka. Distribusi (*Place*), hasil diskusi menunjukkan bahwa masyarakat sudah memiliki gagasan tentang lokasi strategis untuk menjual produk, seperti toko di kota dan swalayan. Promosi (*Promotion*), peserta terutama para pemuda-pemudi desa, menunjukkan antusiasme tinggi untuk memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp, Facebook*, dan *Instagram* sebagai alat promosi. Hal ini menandakan adanya adopsi teknologi digital untuk mendukung kegiatan ekonomi (Kusumadewi *et al*., 2023).

Selain aspek kewirausahaan, evaluasi juga menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman masyarakat mengenai pentingnya keamanan pangan. Melalui diskusi, mereka menjadi lebih sadar akan bahaya mengonsumsi atau menjual produk makanan yang sudah kedaluwarsa. Masyarakat (terkhusunya anak sekolah) mengakui bahwa sebelumnya mereka sering mengabaikan tanggal kedaluwarsa, tetapi setelah mendapatkan edukasi, mereka memahami risiko kesehatan yang dapat timbul, seperti keracunan makanan dan masalah pencernaan. Pemahaman ini menjadi modal penting bagi mereka untuk menciptakan produk yang tidak hanya berkualitas dari segi rasa dan kemasan, tetapi juga aman untuk dikonsumsi. Secara keseluruhan, program pengabdian ini telah berhasil menumbuhkan semangat kewirausahaan di Desa Tuakole. Peningkatan pendapatan dari pengolahan pisang menjadi "Uki Namin" menjadi bukti nyata bahwa inovasi dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan (Tutiasri *et al*.,

DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

2024). Keberlanjutan program ini akan bergantung pada pendampingan lebih lanjut, terutama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kapasitas manajemen keuangan masyarakat.

KESIMPULAN

Program pengabdian yang dilakukan di Desa Tuakole menunjukkan keberhasilan signifikan dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inovatif dan mandiri. Dengan memanfaatkan potensi lokal, khususnya buah pisang, tim pengabdian berhasil memperkenalkan produk "Uki Namin", yang tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi tetapi juga menciptakan identitas produk khas desa.

Pelaksanaan program melalui sosialisasi, pelatihan, dan evaluasi terbukti efektif. Masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam:

a. Inovasi Produk: Mereka kini mampu mengolah pisang menjadi produk dengan varian rasa dan kemasan yang lebih modern.
b. Manajemen Usaha: Peserta memahami pentingnya pencatatan keuangan dan strategi pemasaran yang komprehensif, mencakup aspek produk, harga, distribusi, dan promosi.
c. Peningkatan Pendapatan: Peningkatan nilai jual pisang dari Rp5.000 menjadi Rp55.000 per sisir produk olahan menjadi bukti nyata dampak ekonomi positif dari program ini.

Lebih dari itu, program ini juga berhasil menanamkan kesadaran kritis masyarakat tentang keamanan pangan lokal. Melalui edukasi yang diberikan, mereka kini memahami risiko kesehatan dari mengonsumsi atau menjual makanan kedaluwarsa. Pemahaman ini menjadi fondasi penting untuk memproduksi makanan yang tidak hanya bernilai jual tinggi tetapi juga aman bagi konsumen.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini telah berhasil mewujudkan sinergi antara pengetahuan akademik dan kebutuhan praktis di lapangan. Pengalaman Desa Tuakole menjadi model inspiratif bagi desa-desa lain untuk mengembangkan potensi lokal secara berkelanjutan, dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat, inovasi, dan peningkatan kesejahteraan.

SARAN KEGIATAN LANJUTAN

Berdasarkan keberhasilan program pengabdian di Desa Tuakole, ada beberapa langkah yang bisa diambil untuk menjaga momentum positif ini. Pertama, pendampingan berkelanjutan sangat diperlukan. Program ini tidak boleh berhenti setelah pelatihan awal. Tim pengabdian atau pihak terkait sebaiknya terus membimbing masyarakat, khususnya dalam memperluas varian produk, meningkatkan kapasitas produksi, dan menguasai pemasaran digital yang lebih mendalam. Pemanfaatan platform *e-commerce* dan media sosial secara profesional akan membantu produk "Uki Namin" menembus pasar yang lebih luas.

Selain itu, penting untuk memperkuat kelembagaan lokal. Dengan mengoptimalkan peran BUMDes atau kelompok usaha ibu-ibu PKK, masyarakat dapat mengelola produksi dan pemasaran secara mandiri, sehingga program ini tidak lagi bergantung pada intervensi dari luar. Edukasi mengenai keamanan pangan juga harus terus digalakkan melalui berbagai media agar masyarakat tidak hanya menghasilkan produk yang inovatif, tetapi juga aman dan berkualitas. Dengan langkah-langkah ini, Desa Tuakole dapat menjadi model percontohan bagi desa lain dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang mandiri dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima

kasih secara khusus ditujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Katolik Widya Mandira atas dukungan dana dan fasilitas yang telah diberikan.

Terima kasih sebesar-besarnya juga disampaikan kepada Pemerintah Desa dan seluruh Masyarakat Desa Tuakole yang telah menyambut tim dengan hangat. Izin, data, informasi, dan bantuan logistik yang diberikan sangat krusial bagi kelancaran seluruh tahapan kegiatan, mulai dari sosialisasi, pelatihan, hingga evaluasi. Kolaborasi yang terjalin dengan baik ini menjadi kunci keberhasilan program.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unwira yang telah bekerja keras dan memberikan kontribusi nyata dalam setiap tahapan program. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun material, juga layak mendapatkan apresiasi setinggi-tingginya. Semoga semangat kolaborasi ini dapat menjadi landasan untuk program-program pengabdian yang lebih luas dan berkelanjutan di masa depan.

REFERENSI

Ayu, A. R. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat. *RESPINARIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2), 80–86. https://ejournal.katersipublisher.com/index.php/RESPINARIA/article/view/91

Febriani, R. A. (2024). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Karya Nyata Pengabdian*, *1*(1), 23–26. https://doi.org/10.70963/jknp.v1i1.72

Hendriani, S., Fitri, K., Marzolina, M., & Nasution, H. O. (2024). Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Desa Di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, *5*(1), 39–44. https://doi.org/10.55583/arsy.v5i1.926

Jufriyanto, M. (2019). Pengembangan produk unggulan sebagai potensi peningkatan ekonomi masyarakat Desa di Kecamatan Modung Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, *5*(1). https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v5i1.5162

Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2024). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Kemendikbud

Khoiriyah, I. N. M., & Muljanto, M. A. (2025). Prosedur Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Program Desa Berdaya Di Dinas Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Kabupaten Mojokerto. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, *3*(2), 864–870. https://doi.org/10.61579/future.v3i2.492

Kusumadewi, N., Hernita, N., Rusdiana, A., & Dasuki, T. M. S. (2023). Pendampingan Labeling Dan Packaging Dalam Upaya Membangun Branding Ukm Jamur Tiram Desa Ujungberung Kabupaten Majalengka. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 1397–1402. https://doi.org/10.31949/jb.v4i2.3604

Manalu, E. R. (2024). Perkembangan Kewirausahaan dalam Mengelola Bisnis yang Kreatif dan Inovasi. *PILAR*, *15*(1), 54–59.

DOI: https://doi.org/10.47776/m6ds3e21

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 97 Tahun 2019 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. (2019). Jakarta: Sekretariat Negara

Permana, B. U., Wisadirana, D., & Mardiyono, M. (2014). Strategi pemberdayaan masyarakat melalui inovasi ekonomi kreatif dalam penanggulangan kemiskinan (Studi kasus industri kerajinan alat tenun bukan mesin di Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, *17*(4). https://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/429

Ritonga, U. S., Faturochman, H. Y., & Triputra, S. (2023). *Upaya Pengembangan Produk Unggulan Desa melalui Pelatihan*. https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i2.4189

Salim, I. N., & Effendi, B. (2022). Pelatihan Pembuatan Sale Pisang Untuk Menumbuh Kembangkan UMKM. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, *1*(3), 222–226. https://doi.org/10.59025/js.v1i3.44

Sari, I. A. K. T. P., Putri, P. A. D. W., & Widyari, N. Y. A. (2025). ANALISA STRATEGI MARKETING MIX (BAURAN PEMASARAN) 4P (PRICE, PRODUCT, PLACE, PROMOTION) PADA PT SENSATIA BOTANICALS BALI. *EMAS*, *6*(6), 1403–1412. https://doi.org/10.36733/emas.v6i6.11656

Sasana, L. P. W., Abidin, J., & Indrawan, I. G. A. (2025). Pengelolaan Manajemen Keuangan Melalui Pembukuan Keuangan Sederhana pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *3*(3), 982–988. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2312

Syastra, M. T., & Amrizal, A. (2019). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menjadi Inovatif dengan Menggunakan Teknologi Smartphone. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, *2*, 139–144. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/1927

Talani, N. S., & Tuli, M. (2023). Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Desa Pesisir Melalui Pelatihan Pembuatan Cinderamata. *SULUH: Jurnal Abdimas*, *5*(1), 132–141. https://doi.org/10.35814/suluh.v5i1.4348

Tutiasri, R. P., Kusuma, Y. B., Wahyuningtyas, D., Ilmi, I. M. B., Fauzi, R. M., & Syarrafah, M. (2024). INOVASI REBRANDING DAN PENGEMASAN PADA UMKM KERUPUK KEDELAI BERKAH: MENINGKATKAN IDENTITAS PRODUK DAN DAYA SAING PASAR. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, *6*(3). https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/15607