

## Pendampingan Manajemen Pengembangan Kemasan dan Pemasaran Produk Digital Bawang Goreng dan Abon Cabe di Kelurahan Tande, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene

Fajar Rakasiwi Syamsuddin<sup>1\*</sup>, Bulkis<sup>2</sup>, Maria Ulfa<sup>3</sup>, Syahrinullah<sup>4</sup>, Saddam Husain Tamrin<sup>5</sup>

Universitas Terbuka, Majene, Indonesia

\*e-mail korespondensi: rakasiwifajar@ecampus.ut.ac.id

### Abstract

*This Community Service (PkM) activity aims to empower the Panawar Balisa Women Farmer Group (KWT) in East Tande Village, Banggae District, Majene Regency through training in processing chili peppers into locally-based ready-to-eat fish sauce. The problems faced by chili farmers in this region include price fluctuations when harvests are plentiful, limited marketing networks, and lack of skills in processing agricultural products. KWT Panawar Balisa, which has great potential in chili cultivation, does not have the ability and access to adequate processing technology. Therefore, this training is designed to increase the knowledge and skills of KWT members in processing chili peppers into value-added products. The methods used include needs surveys, lectures, discussions, and hands-on practice. Participants were given material on the selection of ingredients, the process of making chili sauce, and digital marketing strategies. Evaluation is carried out through observation of practices and assessment of processed products of participants. The results showed a significant increase in KWT members' understanding and skills of the chili processing process as well as awareness of the importance of packaging and marketing. This training not only increases the selling value of local chili, but also encourages women's economic independence in rural areas. This PkM activity is one of the tangible forms of academics' contribution in supporting the development of agribusiness based on local potential and strengthening the role of women in the family economy.*

**Keywords:** chili; fish sauce; women's empowerment; KWT; local products; PkM

### Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberdayakan Kelompok Wanita Tani (KWT) Panawar Balisa di Kelurahan Tande Timur, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene melalui pelatihan pengolahan cabai menjadi sambal ikan siap saji berbasis lokal. Permasalahan yang dihadapi petani cabai di wilayah ini meliputi fluktuasi harga saat panen melimpah, terbatasnya jaringan pemasaran, serta minimnya keterampilan pengolahan hasil pertanian. KWT Panawar Balisa yang memiliki potensi besar dalam budidaya cabai, belum memiliki kemampuan dan akses terhadap teknologi pengolahan yang memadai. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT dalam mengolah cabai menjadi produk bernilai tambah. Metode yang digunakan meliputi survei kebutuhan, ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Peserta diberikan materi mengenai pemilihan bahan, proses pembuatan sambal cabai ikan, serta strategi pemasaran digital. Evaluasi dilakukan melalui observasi praktik dan penilaian produk hasil olahan peserta. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan anggota KWT terhadap proses pengolahan cabai serta kesadaran terhadap pentingnya pengemasan dan pemasaran. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan nilai jual cabai lokal, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi perempuan di pedesaan. Kegiatan PkM ini menjadi salah satu bentuk nyata kontribusi akademisi dalam mendukung pengembangan agribisnis berbasis potensi lokal dan penguatan peran perempuan dalam ekonomi keluarga.

**Kata kunci:** cabai; sambal ikan; pemberdayaan perempuan; KWT; produk lokal; PkM

Accepted: 2025-11-17

Published: 2026-04-07

## PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, khususnya di Kelurahan Tande, Banggae Timur, Majene. Salah satu sektor yang memiliki potensi besar di Kelurahan Tande untuk dikembangkan adalah pengolahan pangan berbasis produk lokal, seperti bawang goreng dan abon cabai. Produk-produk ini tidak hanya memiliki nilai ekonomis yang tinggi tetapi juga berkontribusi dalam mengangkat citra potensi Kabupaten Majene. Namun, banyak UMKM di bidang ini menghadapi tantangan besar dalam

mengembangkan kemasan yang menarik dan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Kemasan menjadi salah satu faktor krusial dalam daya tarik sebuah produk. Selain berfungsi untuk melindungi produk, kemasan juga memainkan peran penting dalam membangun identitas merek, meningkatkan nilai jual, dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sayangnya, banyak UMKM yang masih menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang sesuai dengan standar pasar modern. Hal ini sering kali membuat produk mereka kalah bersaing dengan produk serupa yang menggunakan kemasan lebih menarik dan profesional.

Di sisi lain, perkembangan teknologi telah mengubah cara pemasaran produk secara signifikan. Media digital, seperti platform media sosial dan e-commerce, menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan geografis. Namun rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM menjadi kendala utama dalam memanfaatkan peluang ini. Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital membuat banyak UMKM hanya mengandalkan pemasaran konvensional, yang cenderung terbatas dan kurang efektif.

Melalui program pengabdian ini, upaya dilakukan untuk memberikan solusi nyata bagi UMKM pengolah bawang goreng dan abon cabai di Kelurahan Tande. Pendampingan dilakukan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk yang lebih inovatif, ramah lingkungan, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen modern. Selain itu, pelatihan pemasaran digital di Kelurahan Tande akan membantu pelaku usaha memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif, baik melalui media sosial maupun platform e-commerce.

Program ini tidak hanya fokus pada aspek teknis, tetapi juga pada pemberdayaan pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas manajerial masyarakat di Kelurahan Tande. Dengan memiliki kemampuan mengelola kemasan dan pemasaran secara lebih profesional, diharapkan UMKM mampu meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun nasional. Keterampilan ini juga diharapkan mendukung usaha mereka dalam jangka panjang.

Melalui kegiatan ini, pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Tande bertujuan memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas produk lokal serta memberdayakan UMKM sebagai motor penggerak ekonomi Kabupaten Majene. Dengan mengedepankan pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan, program ini diharapkan mampu menciptakan dampak yang signifikan bagi UMKM dan masyarakat Majene, khususnya di Kelurahan Tande.

## **METODE**

Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan dan asesmen awal dengan melakukan survei dan diskusi dengan pelaku UMKM di Kelurahan Tande untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi terkait pengemasan produk dan pemasaran digital. Proses ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan pengumpulan data tentang kondisi pengemasan saat ini, tingkat pemahaman pemasaran digital, serta potensi pengembangan usaha. Hasil asesmen awal ini akan menjadi dasar untuk merancang kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM setempat.

1. Kegiatan Pelatihan Pengembangan Kemasan, Pelatihan Strategi Pemasaran Digital, Pendampingan Manajemen Usaha dan praktek akan didampingi oleh 8 orang yang terdiri dari 6 dosen dan 2 mahasiswa.
2. Pelatihan Pengembangan Kemasan akan dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pelatihan ini meliputi:
  - a. Pemilihan bahan kemasan yang berkualitas, ramah lingkungan, dan ekonomis.
  - b. Teknik pembuatan desain kemasan yang mencerminkan identitas lokal.

- c. Praktik langsung membuat prototipe kemasan baru untuk bawang goreng dan abon cabai. Seluruh pelaku UMKM akan didampingi secara intensif hingga menghasilkan kemasan yang siap digunakan untuk produk mereka.
3. Pelatihan Strategi Pemasaran Digital bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan menggunakan media digital sebagai alat pemasaran. Kegiatan meliputi:
  - a. Pengenalan dasar-dasar pemasaran digital dan platform yang relevan (media sosial dan pasar).
  - b. Pembuatan konten pemasaran, seperti foto produk, deskripsi produk yang menarik, dan materi promosi.
  - c. Simulasi penjualan di marketplace serta strategi menjangkau target pasar yang lebih luas. Selain pelatihan, peserta juga akan didampingi untuk menerapkan ilmu yang didapat langsung pada usaha mereka.
4. Pendampingan Manajemen Usaha bertujuan untuk meningkatkan keinginan usaha, pelaku UMKM akan dibimbing dalam:
  - a. Perencanaan bisnis sederhana, termasuk penyusunan target usaha jangka pendek dan jangka panjang.
  - b. Pengelolaan keuangan usaha, termasuk penyusunan target usaha jangka pendek dan panjang.
  - c. Analisis pasar untuk menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif. Penendaman dilakukan secara personal agar setiap UMKM mendapatkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka..

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan dengan menerapkan 4 tahapan yaitu: 1) Survei kebutuhan, Analisis peserta, 2) Menentukan kebutuhan mitra dan materi., 4) melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan pelatihan. Pada setiap tahapan yang dilalui tim PkM bekerjasama dengan para peserta untuk dapat memastikan bahwa setiap kegiatan berjalan dengan baik dan efektif, sehingga sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

### 1. Survei kebutuhan dan analisis peserta

Kegiatan tahap pertama ini dilaksanakan pada 15 Desember 2024 di Lingkungan Salabulo, Kelurahan Tande dan memiliki target peserta berjumlah 30 orang yang tergabung dalam Kelompok Wanita "Tani Randang Balisa". Kegiatan pada tahap ini, teridentifikasi jika KWT memerlukan pelatihan pengembangan kemasan produk abon cabai merah, sambal ikan tuing-tuing dan bawang goreng kriuk, peserta dibekali dengan alat bantu pengemasan agar dapat melakukan pengemasan produk dengan metode vakum dan double layer untuk produk abon cabai merah dan bawang goreng kriuk, untuk sambal tuing-tuing menggunakan pengemasan botol dan segel aluminium sehingga daya tahan semua produk bisa lebih panjang dan darisegi tampilan bisa lebih menarik. Selain dari pada itu, anggota KWT juga memerlukan pengetahuan tentang pemasaran secara digital melalui media sosial yang mana peserta perlu dibekali dengan kemampuan dasar bersosial media dan membangun branding produk yang menarik.

Dengan pengembangan kemasan produk dapat menjadi salah satu cara dalam meningkatkan nilai tambah suatu produk pertanian yang akan akan melibatkan banyak aspek, dimulai dari dilakukannya pemilihan bahan baku yang berkualitas, teknik dalam pengolahan, hingga pengemasan yang menarik dan pemasaran digital yang dapat menjangkau calon konsumen secara luas namun dengan biaya yang terjangkau. Dalam penelitian sebelumnya yang hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pengemasan dapat mempengaruhi masa simpan, meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk dan meningkatkan nilai produk yang di pasarkan secara luas.

## 2. Tahap Penentuan Materi dan Metode Pelatihan

Pada tahap penentuan materi dan metode pelatihan, tim menyusun materi yang sesuai tentang pengetahuan umum tentang cara pengemasan dengan metode vakum, double layer dan pengemasan botol dengan segel aluminium, cara membangun branding produk berbasis media sosial, cara melakukan penjualan produk secara online dan menggunakan media marketplace. Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan di awal, tim PKM memutuskan untuk menerapkan atau menggunakan metode praktik langsung pengemasan produk, mulai dari mengemas dengan kemasan vakum, sterilisasi pasca kemas, membuat visualisasi produk, hingga melakukan proses penjualan online dan market place. Metode ini dipilih agar para peserta pelatihan dapat melihat secara langsung proses pengemasan produk dan melakukan praktik secara langsung dengan pengawasan tim PKM.

## 3. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan para peserta terlebih dahulu telah mendapatkan pengetahuan tentang pengolahan bahan baku, perlakuan setelah produksi, pemilihan bahan baku yang baik agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. Melakukan pemilihan dan mencuci bersih bahan baku produk yang berasal dari area lahan perkebunan terpapar bahan kimia sehingga mengurangi risiko kontaminasi dalam proses produksi. Para peserta pelatihan juga melakukan praktik proses produksi abon cabe, bawang goreng kriuk dan sambal tuing-tuing yang baik dan higienis. Mereka melakukan praktik sesuai dengan takaran bahan – bahan yang digunakan sesuai dengan panduan, Tim PKM melakukan pengawasan dari secara intensif guna memastikan setiap proses dilakukan sesuai dengan prosedur. Pada proses kegiatan praktik ini para peserta menyimak dan memperhatikan dengan baik tahap demi tahap yang di sampaikan dalam kegiatan karena anggota KWT mendapatkan pengetahuan baru. Setelah proses produksi selesai dan dilakukan pengecekan standar produksi, peserta mulai mempraktikkan cara pengemasan produk, mulai dari memastikan ruang pengemasan dalam kondisi bersih dan tertutup sehingga mencegah kontaminasi dari lalat dan udara luar, kemudian mengecek peserta yang melakukan pengemasan sudah menggunakan sarung tangan dan alat proteksi lain, peserta mulai memasukkan produk abon cabai dan bawang goreng kriuk masing-masing kedalam kemasan plastik vakum sesuai dengan takaran berat yang sudah ditentukan. Peserta mengemas sambal tuing-tuing kedalam botol dengan segel aluminium dan melakukan sterilisasi, setelah itu masing-masing produk dimasukkan kedalam layer kemasan kedua yang sudah diberikan gambar dan keterangan produk yang memudahkan konsumen untuk mengetahui kandungan isi dalam produk dan sebagai daya tarik produk yang akan di pasarkan.

Sebagai hasil, pengemasan produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang diharapkan, sehingga nilai jualnya semakin tinggi, masa simpan bisa lebih panjang sehingga saat harga bahan baku utama turun KWT masih bisa menjual dengan nilai tinggi dalam bentuk berupa olahan produk.

Selain dari proses produksi yang harus diperhatikan, penyimpanan dan pengemasan juga merupakan hal yang tidak kalah penting. Karena produk yang dikemas dengan baik tidak hanya berfungsi untuk memberi perlindungan produk dari kerusakan, tetapi menjadi daya tarik dalam pemasaran. Pengemasan yang baik tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan, tetapi juga dapat menjadi alat pemasaran yang efektif. Kotler & Keller (2019) menjelaskan bahwa desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan pengenalan merek dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Putri & Hidayat (2020) juga menambahkan bahwa inovasi kemasan ramah lingkungan dapat meningkatkan daya saing produk, karena konsumen semakin peduli terhadap keberlanjutan dan dampak lingkungan dari produk yang mereka beli, perluasan pemasaran dengan menjual produk melalui media sosial dan market place diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan invasi pasar yang lebih efektif dari segi biaya dan efektifitas penjualan.

Dokumentasi pelaksanaan pelatihan dan pengemasan dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 1, Proses Pelatihan dan Kemasan**

#### **4. Tahap pendampingan dan Evaluasi**

Pada tahap pendampingan, para peserta pelatihan melakukan praktik pengolahan cabai menjadi sambal ikan. Kegiatan dimulai dari pemilihan bahan baku dan ikan, dilanjutkan dengan proses pembesihan semua bahan dan proses pembuatan sambal ikan. Pada tahap ini tim PkM melakukan evaluasi dan monitoring untuk memberikan penilaian terhadap hasil dari kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan. Tim PkM memonitor kemampuan para peserta dalam pemilihan bahan dan praktik langsung proses pengolahan sambal ikan. Semua keterampilan yang telah diperoleh saat pelatihan dipraktikkan kembali oleh anggota KWT Randang Balisa.

Pada hasil evaluasi menunjukkan bahwa anggota KWT setelah mengikuti memiliki pengetahuan baru mengenai diversifikasi cabai menjadi sambal cabai ikan. Peserta juga telah memiliki kemampuan untuk produksi sambal cabai ikan dan memiliki rasa dan kualitas yang baik, namun pengemasan belum terlalu bagus. Dengan pengetahuan dan keterampilan baru yang dimiliki, para anggota KWT sangat bersemangat dalam mengolah hasil panen yang tidak laku dipasar. Saat ini mereka telah percaya diri dalam memasarkan sambal cabai ikannya dan mulai dipasarkan dengan orang – orang yang ada disekitar mereka dan pemasaran juga mereka lakukan melalui group – grup WA maupun Facebook.

Pemberdayaan para perempuan dengan pelatihan keterampilan mengolah cabai dapat berdampak terhadap perekonomian keluarga. Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan keterampilan pengolahan pisang juga memberikan dampak signifikan terhadap ekonomi keluarga (Yudith, Et, all. 2025). Fajriah & Alam (2018) menekankan pentingnya peran perempuan dalam penguatan ekonomi keluarga, terutama di pedesaan. Kelompok Wanita Tani (KWT) Randang Balisa di Lingkungan Salabulo, telah berhasil meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan dalam pengolahan cabai menjadi sambal cabai ikan hingga pemasaran. Rahmayanti, et, al,. (2023) menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal dapat meningkatkan kemampuan perempuan untuk berkontribusi dalam perekonomian keluarga, yang juga terbukti terjadi dalam kegiatan PkM ini.

Kegiatan PKM yang dilaksanakan di Lingkungan Salabulo menunjukkan bahwa diversifikasi pengolahan cabai menjadi produk olahan selain bentuk segar, yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah, untuk dapat mengatasi fluktuasi harga, dan memperpanjang masa simpannya. Selain itu, hasil dari program ini dapat menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui pelatihan keterampilan ini juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan oleh dosen Universitas Terbuka Majene bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) Randang Balisa di Lingkungan Salabulo, Kelurahan Tande Timur, berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah cabai menjadi sambal cabai ikan berbasis lokal. Melalui pelatihan yang mencakup tahapan survei kebutuhan, pelaksanaan pelatihan teknis, hingga evaluasi dan pendampingan, para peserta memperoleh pemahaman menyeluruh mulai dari pemilihan bahan baku, teknik pengolahan higienis, hingga strategi pemasaran produk secara digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa anggota KWT tidak hanya mampu memproduksi produk berkualitas, tetapi juga mulai percaya diri dalam memasarkan produk olahan tersebut, yang pada akhirnya dapat menjadi solusi terhadap fluktuasi harga bahan baku cabai dan bawang sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi keluarga berbasis potensi lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2021). *Panduan Pengembangan UMKM Berbasis Digital*. Jakarta: Kementerian KUKM.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Majene. (2022). *Statistik Daerah Kabupaten Majene Tahun 2022*. Majene: BPS Majene.
- Kemenperin RI. (2020). *Panduan Pengembangan Kemasan Produk UMKM*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran Digital*. Jakarta: Erlangga.
- Universitas Terbuka. (2023). *Panduan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat*. Majene: Universitas Terbuka Majene.
- Mulyadi, A. (2015). *Desain Kemasan Produk Kreatif untuk UMKM*. Bandung : CV Alfabeta.