

## **Optimalisasi Pemanfaatan Hasil Perkebunan Lokal Melalui Inovasi Produk dan Digital Marketing: Keripik Alpukat di Kebun Buah Cipta Rasa Kota Palangka Raya**

**Dicky Perwira Ompusunggu <sup>1)\*</sup>, Muhammad Farras Nasrida <sup>2)</sup>, Suherman <sup>3)</sup>, Tiur Roida Simbolon <sup>4)</sup>, Buyung Libna Basunjaya <sup>5)</sup>, Andhika Pratama <sup>6)</sup>, Triputri Hutabaliani <sup>7)</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7)</sup> Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Palangka Raya

Kampus UPR Tunjung Nyaho, Jalan Yos Sudarso, Palangka Raya,  
Kalimantan Tengah, Indonesia

Email: [dickyperwiraupr@gmail.com](mailto:dickyperwiraupr@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Optimalisasi pemanfaatan hasil perkebunan lokal melalui inovasi produk dan pemasaran digital menjadi langkah penting dalam meningkatkan nilai ekonomi serta potensi kewirausahaan. Penelitian ini berfokus pada pengembangan keripik alpukat sebagai produk inovatif dan bernilai tinggi di Kebun Buah Cipta Rasa, Palangka Raya. Kegiatan ini melibatkan pelatihan dan pendampingan kepada para petani lokal dengan tujuan meningkatkan keterampilan mereka dalam mengolah alpukat menjadi keripik. Pelatihan mencakup pengembangan produk, strategi pemasaran digital, dan kewirausahaan, yang ditujukan untuk mengatasi masalah masa simpan alpukat yang pendek serta nilai ekonomi yang rendah. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, para peserta dibekali keterampilan dasar kewirausahaan seperti perencanaan bisnis, pengolahan produk, dan pemasaran daring, sehingga mereka dapat memanfaatkan sumber daya lokal dengan lebih efektif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pelatihan ini secara signifikan meningkatkan pengetahuan dan minat peserta terhadap kewirausahaan serta meningkatkan nilai ekonomi produk alpukat. Komponen pemasaran digital juga berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan visibilitas, menjadikan keripik alpukat sebagai produk unggulan yang potensial untuk pengembangan ekonomi lokal.*

*Kata kunci: keripik alpukat, inovasi produk, pemasaran digital, pelatihan kewirausahaan, pengabdian masyarakat.*

### **ABSTRACT**

*The optimization of local agricultural products through innovative product development and digital marketing has become essential to enhance economic value and entrepreneurial potential. This study focuses on the production of avocado chips as an innovative and high-value product at the Cipta Rasa Fruit Garden in Palangka Raya. The project involved training and mentoring sessions for local farmers, aimed at improving their skills in processing avocados into chips. The training included product development, digital marketing strategies, and entrepreneurship, addressing the issues of limited avocado shelf life and low economic value. Through this community service activity, participants were equipped with essential entrepreneurial skills such as business planning, product processing, and online marketing, empowering them to utilize local resources effectively. The results showed that the training program significantly increased participants' knowledge and interest in entrepreneurship, as well as enhanced the economic value of avocado products. The digital marketing component also played a key role in expanding market reach and visibility, making the avocado chips a potential flagship product for local economic development.*

*Keywords: Local agricultural products, avocado chips, product innovation, digital marketing, entrepreneurship training.*

## 1. Pendahuluan

Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan potensi komoditas perkebunan yang sangat kaya. Komoditas ini meliputi beragam jenis buah-buahan tropis yang tidak hanya diminati pasar lokal, tetapi juga memiliki peluang ekspor yang besar. Salah satu buah yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah alpukat (*Persea americana*), yang terkenal dengan kandungan gizi dan manfaat kesehatannya. Alpukat mengandung lemak sehat, vitamin, serta mineral yang baik untuk jantung dan imunitas tubuh (Anggraini et al., 2019). Dengan manfaat yang begitu besar, alpukat berpotensi menjadi komoditas unggulan jika diolah dengan baik. Namun, pemanfaatan alpukat di Indonesia seringkali terbatas pada bentuk buah segar atau jus yang mudah rusak, sehingga tidak bertahan lama di pasaran. Keterbatasan dalam pengolahan dan pemasaran ini memengaruhi pendapatan petani dan pengelola kebun, khususnya di daerah seperti Palangka Raya.

Di Kelurahan Kereng Bangkirai, Kota Palangka Raya, terdapat perkebunan alpukat yang cukup besar, yaitu di Kebun Buah Cipta Rasa. Produksi alpukat di kebun ini melimpah setiap musim panen, namun umumnya hasil panen hanya dijual dalam bentuk buah segar atau dijadikan jus. Kondisi ini menimbulkan beberapa masalah, salah satunya adalah masa simpan yang pendek pada alpukat, yang cepat rusak jika tidak segera diolah atau dijual. Hal ini berdampak pada potensi keuntungan yang bisa diperoleh oleh petani, sehingga diperlukan upaya inovatif untuk mengatasi masalah tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rafi (2010), keterbatasan teknologi pengolahan menjadi salah satu kendala utama bagi para petani di pedesaan dalam memaksimalkan potensi komoditas mereka.

Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah dari alpukat adalah dengan inovasi produk. Inovasi produk tidak hanya dapat memperpanjang umur simpan alpukat, tetapi juga dapat menciptakan variasi produk yang lebih menarik bagi konsumen. Menurut penelitian Rahayu dan Syahputri (2017), inovasi produk makanan berbasis bahan alami seperti alpukat mampu meningkatkan daya saing produk di pasar dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Salah satu produk yang inovatif yang ditawarkan adalah keripik alpukat. Produk ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain daya tahan yang lebih lama dibandingkan buah segar, praktis dikonsumsi, dan mudah dipasarkan. Selain itu, keripik alpukat dapat menarik segmen pasar yang lebih luas, terutama bagi konsumen yang mencari makanan ringan sehat dengan nilai gizi tinggi.

Namun, inovasi produk saja tidak cukup tanpa didukung oleh strategi pemasaran yang efektif. Dalam era digital saat ini, pemasaran digital (*digital marketing*) telah menjadi alat penting dalam memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan pemasaran konvensional. *Digital marketing* memungkinkan para pelaku usaha, termasuk petani dan UKM di daerah, untuk mempromosikan produk mereka melalui berbagai platform online, seperti media sosial, *e-commerce*, dan situs web. Dengan memanfaatkan *digital marketing*, produk keripik alpukat dari Kebun Buah Cipta Rasa dapat dikenal oleh konsumen yang lebih luas, tidak hanya di Palangka Raya, tetapi juga di seluruh Indonesia bahkan di pasar internasional. Hidayat (2019) menyatakan bahwa penggunaan *digital marketing* dapat meningkatkan penjualan produk agribisnis hingga 30%, terutama bagi UKM yang berada di wilayah yang kurang terjangkau oleh pasar konvensional.

Dalam menghadapi tantangan dan peluang ini, program pelatihan dan pendampingan inovasi produk dan *digital marketing* dirancang khusus untuk membekali masyarakat dan pengelola Kebun Buah Cipta Rasa. Program ini bertujuan untuk memberikan keterampilan dalam mengolah hasil perkebunan menjadi produk bernilai tambah, serta memasarkan produk tersebut secara efektif melalui media digital. Pemberdayaan ini penting karena dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pendapatan dari produk olahan yang bernilai jual tinggi. Selain itu, program ini diharapkan dapat menumbuhkan semangat kewirausahaan pada masyarakat, sehingga mereka lebih berani dalam menciptakan peluang usaha baru dan mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan. Suharto dan Sugito (2019) mengungkapkan bahwa program inovasi produk dan

pelatihan bisnis mampu meningkatkan keterampilan kewirausahaan di kalangan petani, yang berdampak pada peningkatan minat mereka untuk mengelola usaha secara mandiri.

Program ini juga memiliki dampak jangka panjang yang signifikan. Dengan adanya keterampilan baru dalam pengolahan produk dan pemasaran digital, petani dan masyarakat setempat diharapkan mampu memanfaatkan potensi sumber daya alam di wilayah mereka secara optimal. Dalam jangka panjang, hal ini dapat meningkatkan daya saing produk perkebunan lokal di pasar yang lebih luas, serta mendukung pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Selain itu, pendekatan ini juga mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola hasil perkebunan, yang sejalan dengan tren pasar yang semakin mengutamakan produk-produk berbasis bahan alami dan organik. Menurut Mulyani dan Puspitasari (2011), pendidikan dan pelatihan kewirausahaan yang berkelanjutan dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia, yang pada akhirnya berdampak pada pengembangan ekonomi lokal secara menyeluruh.

Dengan demikian, optimalisasi pemanfaatan hasil perkebunan melalui inovasi produk dan *digital marketing* tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga mendukung terciptanya ekosistem agribisnis yang berkelanjutan. Program ini diharapkan mampu menjadi inspirasi bagi perkebunan lain di wilayah Indonesia untuk mengadopsi pendekatan serupa, sehingga potensi agribisnis lokal dapat lebih terangkat dan memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian daerah maupun nasional. Harapannya, keripik alpukat dapat menjadi produk unggulan dari Palangka Raya yang dikenal luas dan mampu bersaing di pasar domestik dan internasional. Program pengabdian ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing ekonomi lokal tetapi juga memperkuat identitas produk agribisnis berbasis kearifan lokal yang dapat menarik minat konsumen secara luas.

Tujuan Pelatihan Kewirausahaan di Kebun Buah-Buahan Cipta Rasa:

1. Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Wirausaha Petani  
Memberikan pengalaman langsung kepada petani melalui pelatihan bisnis yang dapat menumbuhkan budaya kewirausahaan, yang pada akhirnya diharapkan meningkatkan kesejahteraan dan keterampilan dalam mengembangkan usaha mandiri
2. Mengembangkan Keterampilan Pengambilan Keputusan Bisnis di Era Digital  
Menawarkan kesempatan bagi petani untuk memanfaatkan teknologi melalui pelatihan pemasaran digital, sehingga mampu mengambil keputusan bisnis dengan tepat dalam menghadapi persaingan usaha
3. Mendorong Kreativitas dan Inovasi Melalui Praktik Langsung  
Melalui pengalaman langsung dari narasumber yang ahli di bidang pengolahan produk, petani diajak berkreasi dalam pengembangan produk unggulan alpukat, seperti keripik alpukat, yang memiliki nilai tambah dan potensi pasar

## 2. Tinjauan Pustaka

Inovasi produk dalam agribisnis merupakan hal penting untuk meningkatkan nilai jual dan keberlanjutan usaha. Rafi (2010) menyebutkan bahwa keterbatasan teknologi merupakan kendala utama petani dalam meningkatkan nilai tambah produk perkebunan. Rahayu dan Syahputri (2017) menyatakan bahwa inovasi produk mampu mendorong daya saing, terutama jika berbasis bahan alami yang sehat.

Di sisi lain, pemasaran digital menjadi instrumen penting dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Hidayat (2019) menyatakan bahwa penggunaan *digital marketing* dapat meningkatkan penjualan hingga 30% pada usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk di wilayah terpencil. Digitalisasi juga memungkinkan produsen lokal menjangkau konsumen dengan biaya promosi yang lebih rendah dibanding metode konvensional. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, Suharto dan Sugito (2019) menjelaskan bahwa pelatihan kewirausahaan dan inovasi produk mampu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, sehingga berdampak pada peningkatan ekonomi lokal. Mulyani dan Puspitasari (2011) menambahkan bahwa pelatihan yang berkelanjutan mampu

membentuk pola pikir wirausaha dan meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menjalankan bisnis mandiri.

Dengan demikian, inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital merupakan pilar utama dalam strategi pengembangan produk agribisnis lokal, termasuk keripik alpukat di Palangka Raya.

### 3. Metode Pelaksanaan

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, penting bagi sektor agribisnis lokal untuk berinovasi dalam memanfaatkan hasil perkebunan yang melimpah. Salah satu contohnya adalah pengolahan alpukat di Kebun Buah Cipta Rasa, Palangka Raya, menjadi produk keripik yang memiliki nilai tambah ekonomi. Upaya ini tidak hanya berfokus pada diversifikasi produk, tetapi juga melibatkan pemasaran digital sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, inovasi produk dan *digital marketing* menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi lokal serta meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.

Prosedur pelaksanaan kegiatan Optimalisasi Pemanfaatan Hasil Perkebunan Lokal Melalui Inovasi Produk dan *Digital Marketing*: Kasus Keripik Alpukat di Kebun Buah Cipta Rasa, Kota Palangka Raya sebagai berikut:

- 1 Persiapan
  - a. Menyusun perencanaan kegiatan yang mencakup analisis kebutuhan dan tujuan program.
  - b. Berkoordinasi dengan mitra, yaitu pengelola Kebun Buah Cipta Rasa, serta persiapan sarana dan bahan pelatihan.
  - c. Mempersiapkan modul pelatihan yang mencakup aspek inovasi produk dan pemasaran digital
- 2 Pelaksanaan
  - a. Pelatihan Inovasi Produk: Mengajarkan metode pengolahan alpukat menjadi keripik yang berkualitas dan memiliki daya tahan lebih lama. Peserta dilatih mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan produk yang menarik.
  - b. Pelatihan *Digital Marketing*: Mengajarkan teknik pemasaran digital, termasuk pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial. Ini meliputi dasar-dasar *digital marketing*, cara membuat konten menarik, serta penggunaan platform *marketplace*.
  - c. Pendampingan Berkelanjutan: Memberikan bimbingan dan evaluasi berkelanjutan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan mitra dalam menghasilkan produk keripik alpukat yang siap dipasarkan
- 3 Evaluasi
  - a. Monitoring Ketercapaian Output: Dilakukan melalui pengujian keterampilan (*pre-test* dan *post-test*) serta observasi langsung terhadap produk yang dihasilkan. Monitoring juga mencakup keberhasilan peserta dalam menggunakan media digital untuk memasarkan produk.
  - b. Umpan Balik dan Peningkatan Program: Menggunakan kuesioner untuk mendapatkan masukan dari peserta, yang berguna untuk pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang.
- 4 Pelaporan  
Menyusun laporan kegiatan dan publikasi hasil dalam bentuk jurnal nasional ber-ISSN, video dokumentasi, dan publikasi di media massa.

Tim instruktur akan memberikan pelatihan komprehensif kepada peserta kegiatan yang terdiri dari pengelola Kebun Buah Cipta Rasa dan masyarakat sekitar yang telah diseleksi berdasarkan minat dan ketersediaan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Para instruktur memperkenalkan materi seputar inovasi produk dan manfaat digitalisasi dalam wirausaha, seperti cara membuat keripik alpukat serta strategi pemasaran melalui platform *e-commerce*. Peserta diajari teknik pengolahan alpukat menggunakan teknologi sederhana yang menunjang proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien.

Selanjutnya, tim instruktur mendemonstrasikan alat-alat yang mendukung digitalisasi wirausaha, seperti pemanfaatan aplikasi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan produk. Selain itu, peserta juga diberi kesempatan praktik langsung di bawah bimbingan instruktur sehingga mereka dapat menghasilkan produk keripik alpukat yang siap dipasarkan.

### 1. Pre test dan Post test

Setelah dilaksanakan sesi *ice-breaking* dan pengenalan, tim pengabdian masyarakat membagikan *link pre-test* kepada peserta (petani dan pengelola kebun buah) untuk menilai pemahaman awal mereka mengenai kewirausahaan dan pengolahan produk inovatif. Materi yang disampaikan mencakup dasar kewirausahaan, teknik pengolahan produk (keripik alpukat), serta pemasaran digital. Setelah narasumber menyampaikan materi dan melakukan tanya jawab, peserta kemudian mengisi *post-test* untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman dan keterampilan mereka setelah pelatihan (Isma, et al., 2022; Mandasari, et al., 2023).

Hasil dari *pre-test* dan *post-test* akan dianalisis untuk mengukur efektivitas pelatihan dan peningkatan kompetensi peserta dalam kewirausahaan, yang diharapkan dapat mendukung keberhasilan pengembangan produk keripik alpukat sebagai usaha berkelanjutan di kebun buah-buahan tersebut.

Tabel 1. Pertanyaan pada *pre test* dan *post test*

#### Kategori 1: Mengukur Pemahaman Awal dan Akhir Peserta

No.	Pertanyaan
1	Apakah Anda pernah mendengar tentang keripik yang terbuat dari alpukat?
2	Apakah Anda mengetahui bahwa alpukat bisa dijadikan bahan baku snack/keripik?
3	Apakah Anda tahu bahwa teknik pengawetan diperlukan dalam pembuatan keripik?
4	Apakah Anda tahu bahwa alpukat memiliki nilai gizi tinggi yang bisa dijaga dalam proses pengolahan?
5	Apakah Anda yakin keripik alpukat dapat bersaing dengan produk keripik lainnya di pasaran?
6	Apakah Anda mengetahui pentingnya pengemasan dalam pemasaran produk?
7	Apakah Anda tahu bahwa kemasan produk yang baik dapat meningkatkan nilai jual produk?
8	Apakah Anda mengetahui pentingnya administrasi usaha yang baik untuk kesuksesan bisnis?
9	Apakah Anda tahu bahwa administrasi yang buruk dapat memengaruhi kelangsungan usaha?

#### Kategori 2: Meningkatkan Efektivitas Pembelajaran

No.	Pertanyaan
1	Apakah Anda pernah mengikuti pelatihan tentang pembuatan produk makanan olahan sebelumnya?
2	Apakah Anda familiar dengan alat-alat yang digunakan dalam produksi keripik?
3	Apakah Anda pernah belajar tentang desain kemasan produk sebelumnya?
4	Apakah Anda merasa tampilan kemasan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen?
5	Apakah Anda familiar dengan prosedur administrasi usaha seperti pencatatan keuangan dan inventaris?
6	Apakah Anda pernah menggunakan teknologi untuk mendukung administrasi usaha Anda?

*Kategori 3: Mendorong Kemandirian Berwirausaha*

No.	Pertanyaan
1	Apakah Anda pernah membuat produk olahan dari buah alpukat sebelumnya?
2	Apakah Anda merasa bahwa pengolahan alpukat menjadi keripik dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan?
3	Apakah Anda memiliki minat untuk memulai usaha di bidang pengolahan buah alpukat?
4	Apakah Anda merasa siap untuk mengelola administrasi usaha Anda secara lebih profesional?

Pertanyaan *pre-test* dan *post-test* merupakan komponen penting dalam Pengabdian Masyarakat ini. Dibuat dengan tujuan untuk:

1. Mengukur Pemahaman Awal dan Akhir Peserta
    - a. **Pre-test:** Mengidentifikasi tingkat pemahaman awal peserta mengenai proses pengolahan alpukat menjadi produk keripik serta pemahaman tentang pengemasan dan administrasi produk sebelum pelatihan.
    - b. **Post-test:** Mengevaluasi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah alpukat menjadi keripik serta pengetahuan mereka mengenai strategi pengemasan dan administrasi usaha setelah pelatihan.
  2. Meningkatkan Efektivitas Pembelajaran
    - a. **Pre-test:** Membantu instruktur dalam menyesuaikan materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta dan mengidentifikasi area yang memerlukan penekanan lebih lanjut.
    - b. **Post-test:** Memberikan umpan balik bagi instruktur dan peserta mengenai efektivitas pelatihan serta area yang perlu diperbaiki untuk kegiatan serupa di masa depan.
  3. Mendorong Kemandirian Berwirausaha
    - a. **Pre-test:** Menilai minat dan kesiapan awal peserta untuk berwirausaha dalam bidang pengolahan produk berbasis alpukat.
    - b. **Post-test:** Mengukur kesiapan peserta dalam menerapkan keterampilan yang telah mereka pelajari dan memulai usaha mandiri di bidang agroindustri berbasis alpukat.
- 2. Pelatihan Mengolah Alpukat Menjadi Keripik/Snack:**
- a. Pemahaman terhadap Produk: Menanyakan apakah peserta mengetahui bahwa alpukat dapat diolah menjadi keripik, apakah mereka familiar dengan produk berbahan alpukat.
  - b. Pengetahuan Proses dan Teknik: Menguji pemahaman peserta terhadap teknik pengolahan, termasuk teknik pengawetan yang diperlukan untuk menjaga kualitas produk.
  - c. Ketertarikan dan Minat Wirausaha: Mengukur minat peserta dalam berwirausaha di bidang pengolahan alpukat dan keyakinan mereka terhadap peluang pasar produk tersebut.
  - d. Kesiapan dan Kemampuan Pasca Pelatihan: Setelah pelatihan, menilai apakah peserta merasa mampu untuk memulai usaha, memahami langkah-langkah produksi, dan siap mengolah produk dalam skala besar.
- 3. Pelatihan Pengemasan Produk dan Penguatan Administrasi:**
- a. Pentingnya Pengemasan: Memeriksa pemahaman peserta mengenai pentingnya pengemasan yang baik dalam meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk.
  - b. Desain dan Bahan Kemasan: Menilai pengetahuan peserta terhadap desain kemasan yang sesuai dengan pasar dan penggunaan bahan ramah lingkungan.

- c. Administrasi Usaha: Memastikan pemahaman peserta terhadap pentingnya administrasi, seperti pencatatan keuangan, dan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha.
- d. Pemanfaatan Teknologi untuk Administrasi: Menilai kesiapan peserta dalam menggunakan teknologi untuk pencatatan administrasi guna meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha.
- e. Kesiapan Implementasi Pasca Pelatihan: Setelah pelatihan, mengevaluasi apakah peserta merasa lebih siap untuk mengelola administrasi usaha secara profesional dan mempertimbangkan sistem yang lebih baik dalam pengelolaan bisnis.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diwujudkan dalam bentuk pelatihan inovasi produk dan pemasaran digital dengan judul "Optimalisasi Pemanfaatan Hasil Perkebunan Lokal Melalui Inovasi Produk dan *Digital Marketing*: Kasus Keripik Alpukat di Kebun Buah Cipta Rasa Kota Palangka Raya." Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal Jumat, 18 Oktober 2024, di Kebun Buah Cipta Rasa, Kota Palangka Raya. Kegiatan dimulai pukul 14.00 hingga 17.00 dengan peserta dari pengelola kebun dan masyarakat berjumlah 25 orang. Kegiatan ini terdiri dari beberapa sesi: *pre-test*, penyampaian materi, demonstrasi praktik, diskusi, dan *post-test*.

##### 4.1 Materi

Materi disampaikan melalui dua pendekatan. Pendekatan pertama melibatkan pemaparan materi yang disampaikan melalui pendekatan teoretis dan praktis. Pendekatan pertama mencakup konsep dasar kewirausahaan, perencanaan bisnis, dan strategi pemasaran. Peserta diberikan pengenalan tentang pentingnya inovasi dalam produk olahan lokal untuk meningkatkan nilai jual dan membuka peluang usaha mandiri. Selain itu, materi keuangan terkait analisis biaya dan kelayakan bisnis juga disampaikan untuk menyiapkan peserta dalam pengelolaan usaha yang efektif.

Pendekatan praktis berfokus pada teknik pembuatan keripik alpukat dan strategi pemasaran digital. Dalam sesi ini, peserta diajarkan proses produksi dari pengolahan alpukat mentah hingga tahap pengemasan menggunakan peralatan sederhana. Narasumber, yang merupakan wirausaha sukses pengrajin, memberikan tips dalam pembuatan konten digital untuk promosi produk melalui platform *e-commerce*. Sesi ini menarik minat peserta yang aktif berdiskusi dan bertanya mengenai penggunaan media sosial dan strategi pemasaran *online*.

##### 4.2 Motivasi dan Partisipasi

Dalam sesi motivasi, narasumber membagikan pengalaman dalam merintis bisnis dari tahap awal. Cerita ini menimbulkan semangat bagi peserta, beberapa dari mereka menunjukkan ketertarikan untuk mengembangkan produk serupa secara mandiri. Peserta yang terdiri dari pengelola Kebun Cipta Rasa dan masyarakat desa terlibat aktif, terutama dalam praktik pembuatan keripik dan diskusi pemasaran.



Gambar 1. Proses Pembuatan Kripik Alpukat



Gambar 2. Pemaparan Materi oleh narasumber Muhammad Faras Nasrida



Gambar 3. Pemaparan oleh narasumber Dicky Perwira Ompusungu





Gambar 4. Foto Bersama Pengelola dan Masyarakat Kebun Buah Cipta Rasa



Gambar 5. Foto Kemasan Produk Olahan Kripik Alpukat



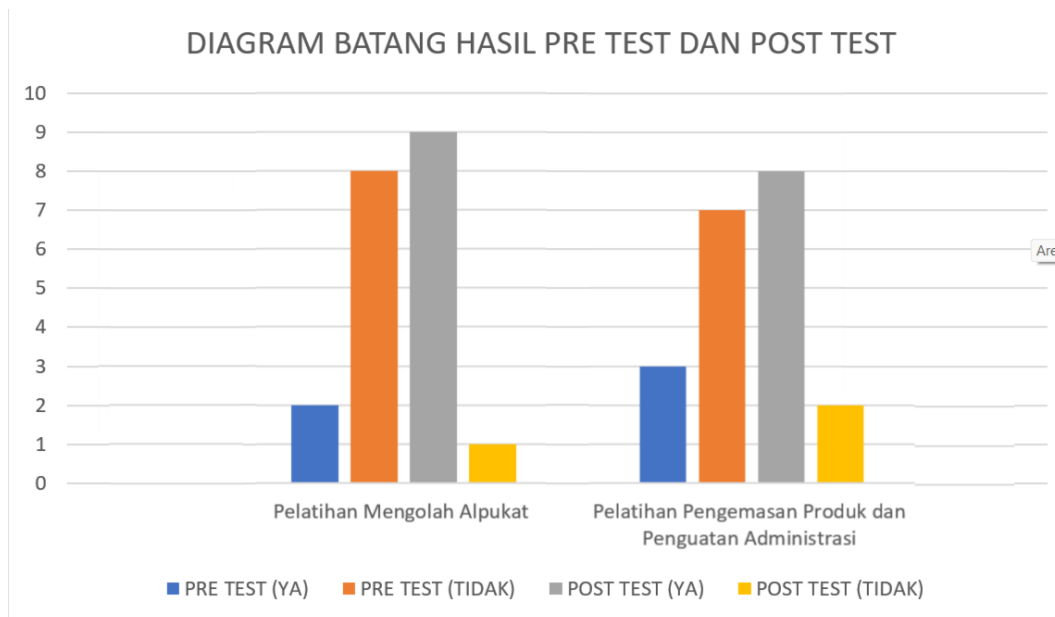
Gambar 6. Foto Bersama Peserta Pelatihan *Digital Marketing*



Gambar 7. Foto Bersama Peserta Pelatihan Pengolahan Kripik Alpukat

### Hasil Pre Test dan Post Test Pelatihan Kewirausahaan

Pre test dan Post Test ini diberikan sebelum peserta diberikan materi pelatihan dan setelah peserta diberi pelatihan kewirausahaan. Tujuannya untuk mengukur sejauh mana, pemahaman dan minat peserta mengenai inovasi olahan alpukat dan pengemasan produk. Hasil pengisian adalah sebagai berikut:



Gambar 8. Grafik Nilai Pre Test dan Post Test

Dari data pada diagram batang hasil *pre-test* dan *post-test* dapat dilihat bahwa sebelum pelaksanaan pelatihan, sebagian besar peserta pelatihan pada program “Pelatihan Mengolah Alpukat” dan “Pelatihan Pengemasan Produk dan Penguatan Administrasi” memiliki pemahaman yang terbatas mengenai materi pelatihan. Pada bagian “Pelatihan Mengolah Alpukat,” hanya sedikit peserta yang menjawab “YA” pada *pre-test*, sementara sebagian besar menjawab “TIDAK,” menunjukkan kurangnya pemahaman awal peserta terhadap materi yang diberikan.

Namun, setelah pelatihan selesai dan dilakukan *post-test*, terjadi peningkatan lebih dari 70% pada jawaban “YA,” menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memahami materi pelatihan. Pada “Pelatihan Pengemasan Produk dan Penguatan Administrasi” juga terlihat pola yang serupa, di mana pemahaman peserta meningkat secara signifikan setelah pelatihan.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dapat membantu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta dalam bidang kewirausahaan dan pengolahan produk

## 5. Kesimpulan

Pentingnya inovasi dalam pengolahan hasil perkebunan untuk meningkatkan nilai ekonomi dan keberlanjutan usaha bagi para petani lokal. Melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, kegiatan ini berhasil memberdayakan para petani dan pengelola perkebunan dengan keterampilan baru dalam mengolah buah alpukat menjadi produk keripik yang bernilai tambah. Produk keripik alpukat dipilih karena mampu menjawab tantangan masa simpan alpukat segar yang pendek serta meningkatkan peluang pasar dengan menawarkan bentuk konsumsi yang praktis dan memiliki potensi pasar yang luas, baik di dalam negeri maupun internasional. Program ini tidak hanya berfokus pada inovasi produk, tetapi juga pada pemasaran digital yang kini menjadi alat penting dalam memperluas jangkauan produk secara efisien. Melalui pemasaran digital, produk keripik alpukat dari Kebun Buah Cipta Rasa dapat lebih dikenal oleh pasar yang lebih luas, memanfaatkan platform seperti media sosial dan *e-commerce*. Ini memberikan akses yang lebih baik bagi produk lokal untuk menjangkau konsumen di luar Palangka Raya, bahkan memungkinkan untuk masuk ke pasar internasional. Menurut penelitian, pemasaran digital terbukti dapat meningkatkan penjualan hingga 30%, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang berlokasi di daerah dengan keterbatasan akses ke pasar konvensional. Oleh karena itu, pelatihan ini memperkuat kemampuan para peserta dalam menciptakan strategi pemasaran digital yang efektif, sehingga produk keripik alpukat tidak hanya dikenal tetapi juga berdaya saing.

Selain itu, program ini mengintegrasikan aspek pelatihan dalam pengemasan produk dan administrasi usaha. Pemahaman peserta terhadap pentingnya desain kemasan yang menarik dan ramah lingkungan semakin diperkuat, mengingat pengemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. Program ini juga membekali peserta dengan keterampilan administrasi usaha, seperti pencatatan keuangan dan manajemen inventaris, yang sangat krusial dalam pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Dukungan teknologi dalam administrasi ini membantu mereka mengelola bisnis dengan lebih profesional dan efisien. Peningkatan keterampilan ini terbukti dari hasil *pre-test* dan *post-test* yang menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan minat para peserta terhadap kewirausahaan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang terbatas mengenai teknik pengolahan produk alpukat, pemasaran digital, serta pengemasan dan administrasi. Namun, setelah pelatihan, pemahaman mereka meningkat signifikan, ditunjukkan melalui hasil *post-test* di mana sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan dalam keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan usaha mandiri berbasis agroindustri.

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, disarankan agar mitra yaitu pengelola Kebun Buah Cipta Rasa, terus mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh dengan mengadakan pelatihan lanjutan dan membentuk kelompok usaha bersama untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran. Penting juga bagi mitra untuk menjalin kemitraan strategis dengan pelaku UMKM, koperasi, maupun platform *e-commerce* agar distribusi produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Untuk kegiatan pengabdian berikutnya, disarankan adanya pendampingan lebih intensif pasca pelatihan, serta *monitoring* berkala terhadap perkembangan usaha peserta. Kegiatan lanjutan dapat difokuskan pada penguatan *branding* produk, peningkatan kualitas kemasan sesuai standar pasar modern, serta pelatihan lanjutan mengenai digitalisasi pencatatan keuangan dan pemasaran berbasis data. Kegiatan serupa juga dapat *direplikasi* di wilayah lain yang memiliki potensi komoditas serupa dengan pendekatan berbasis komunitas dan teknologi.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pengembangan produk lokal

melalui inovasi dan pemasaran digital tidak hanya berdampak pada peningkatan nilai ekonomi produk tetapi juga mendorong pertumbuhan kewirausahaan lokal. Program ini diharapkan menjadi contoh inspiratif bagi perkebunan dan komunitas lain di Indonesia untuk mengadopsi pendekatan serupa. Dengan langkah ini, komoditas perkebunan lokal dapat lebih dioptimalkan, sehingga berkontribusi langsung pada pengembangan ekonomi daerah dan membuka lapangan pekerjaan baru. Harapannya, keripik alpukat dapat menjadi produk unggulan yang membawa nama Palangka Raya lebih dikenal luas, serta meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih kompetitif, baik di dalam maupun luar negeri

## 6. Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kelancaran dan keberhasilan pelaksanaan kegiatan "Optimalisasi Pemanfaatan Hasil Perkebunan Lokal Melalui Inovasi Produk dan *Digital Marketing*: Kasus Keripik Alpukat di Kebun Buah Cipta Rasa Kota Palangka Raya." Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak Kebun Buah Cipta Rasa, pengurus, dan masyarakat sekitar yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan pelatihan ini. Terima kasih kami sampaikan kepada para narasumber dan instruktur yang telah membagikan ilmu dan pengalaman berharga mengenai pengolahan produk serta pemasaran digital, yang sangat bermanfaat bagi pengembangan potensi ekonomi lokal. Kami juga berterima kasih kepada tim pelaksana kegiatan yang telah bekerja keras memastikan seluruh acara berjalan dengan baik. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat yang nyata dan menjadi inspirasi bagi pengembangan usaha di bidang agribisnis berbasis lokal. Semoga keripik alpukat hasil inovasi ini dapat dikenal luas dan mampu memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

## Daftar Pustaka

- Anggraini, E. Z., Annisa, F. N., Aryani, S. M., & Ayuningtyas, N. D. (2019). Formulasi Produk Kosmetika Halal Sunscreen Krim Ekstrak Biji Lamtoro (*Leucaena leucocephala* L.). *Jurnal Kosmetik Indonesia*, 2(1), 1-5.
- Hidayat, M. (2019). Potensi Digital Marketing dalam Pengembangan Produk UKM Lokal. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 6(2), 122-136.
- Ikbal, M. (2014). *Empowering Farmers through Group Cooperation*. *Agriculture and Rural Development Journal*, 6(2), 98-112.
- Mulyani, N., & Puspitasari, R. (2011). Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah sebagai Faktor Peningkatan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 45-54.
- Rafi, I. (2010). *Farmers Groups as Business Agents*. *Agribusiness Dynamics*, 7(4), 143-157.
- Rahayu, S., & Syahputri, E. (2017). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis UKM. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 77-85.
- Suharto, E. A., & Sugito, S. (2019). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui Program Inkubasi Bisnis. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 8(5), 444-452 .