

CENDIKIA : Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia

Volume 1, Nomor 4, Februari 2026

Article Info:

Received date : 24 Februari 2026

Revised date : 26 Februari 2026

Accepted date: 27 Februari 2026

Diversifikasi Produk Dan Strategi Pemasaran Digital Nanas Sebagai Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Perempuan Desa Tanjung Baru

Holipah Sattiani¹, Muhammad Zaky Siregar², Refi Pratama³, Ririn Tri Aprinda⁴, Tazkia Hayati⁵, Tsabita Qurrotul Aini Ahmad⁶, Weni Intami⁷, Muhammad Robbani⁸

¹⁻⁸Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

***Email Correspondence : holipahsattiani@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diversifikasi produk dan strategi pemasaran digital olahan nanas sebagai upaya peningkatan kemandirian ekonomi perempuan di Desa Tanjung Baru. Desa ini memiliki potensi komoditas nanas yang melimpah, namun pemanfaatannya masih terbatas pada penjualan buah segar dengan nilai tambah rendah. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui metode Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan perempuan secara aktif dalam tahap identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Intervensi dilakukan melalui diversifikasi produk menjadi tepache dan permen nanas, perbaikan kemasan, serta pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi dan pemasaran digital mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat kapasitas teknis dan manajerial perempuan. Keterlibatan aktif perempuan dalam proses produksi dan pemasaran mendorong peningkatan kepercayaan diri, kemampuan pengambilan keputusan, dan partisipasi ekonomi. Secara keseluruhan, pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal yang dilaksanakan secara partisipatif dan terintegrasi berpotensi menjadi model penguatan ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Diversifikasi Produk, Pemasaran Digital, Olahan Nanas, Pemberdayaan Ekonomi Perempuan, Pembangunan Desa.,

ABSTRACT

This study aims to analyze product diversification and digital marketing strategies for pineapple processing as an effort to enhance the economic independence of women in Tanjung Baru Village. The village possesses abundant pineapple resources; however, utilization remains limited to fresh fruit sales with low added value. This research employed a descriptive qualitative approach using Participatory Action Research (PAR), involving women actively in problem identification, planning, implementation, and evaluation stages. The intervention included product diversification into tepache (fermented pineapple beverage) and pineapple candy, packaging improvement, and digital marketing training through social media platforms. The findings indicate that diversification and digital marketing strategies increase product value, expand market access, and strengthen women's technical and managerial capacities. Women's active involvement in production and marketing processes contributes to enhanced confidence, decision-making capacity, and economic participation. Overall, local potential-based economic empowerment implemented participatively and integratively demonstrates potential as an inclusive and sustainable rural economic development model.

Keywords: Product Diversification, Digital Marketing, Pineapple Processing, Women's Economic Empowerment, Rural Development.

PENDAHULUAN

Desa Tanjung Baru merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim. Desa Tanjung Baru memiliki luas wilayah 4,85 km². Desa Tanjung Baru merupakan salah satu desa yang memiliki potensi sumber daya alam di sektor pertanian, khususnya komoditas nanas yang tumbuh subur dan menjadi salah satu hasil unggulan masyarakat. Sebagian besar penduduk menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian dan perkebunan, sehingga kondisi ekonomi desa sangat dipengaruhi oleh hasil panen dan harga jual komoditas di pasaran. Selama ini, nanas umumnya dipasarkan dalam bentuk segar dengan sistem penjualan konvensional, sehingga nilai tambah produk masih relatif rendah dan bergantung pada fluktuasi harga. Keterbatasan inovasi pengolahan serta akses pemasaran yang belum optimal menjadi tantangan dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi penting dalam pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal, khususnya pada sektor pertanian. Diversifikasi dilakukan untuk mengurangi ketergantungan terhadap penjualan bahan mentah, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperluas peluang pasar. Pada komoditas nanas, diversifikasi dapat dilakukan melalui pengolahan menjadi berbagai produk olahan yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi, daya simpan lebih lama, dan daya tarik konsumen yang lebih luas. Inovasi produk seperti tepache sebagai minuman fermentasi berbahan dasar nanas dan permen nanas sebagai produk pangan olahan merupakan bentuk diversifikasi yang mampu mengoptimalkan pemanfaatan hasil panen sekaligus meningkatkan nilai jual komoditas lokal.

Namun demikian, keberhasilan diversifikasi produk perlu didukung oleh strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial dan platform daring membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar, membangun citra produk lokal, serta meningkatkan efektivitas promosi. Strategi pemasaran digital tidak hanya mempermudah akses konsumen terhadap produk, tetapi juga memperkuat posisi produk olahan nanas dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Dalam konteks sosial ekonomi desa, perempuan memiliki potensi besar sebagai penggerak kegiatan ekonomi produktif berbasis rumah tangga. Keterlibatan perempuan dalam proses pengolahan dan pemasaran produk olahan nanas dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan pendapatan keluarga sekaligus mendorong kemandirian ekonomi. Dengan dukungan diversifikasi produk dan strategi pemasaran digital yang terencana, perempuan desa memiliki peluang untuk mengembangkan usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Oleh karena itu, pengembangan diversifikasi produk dan penerapan strategi pemasaran digital berbasis komoditas nanas tidak hanya berorientasi pada peningkatan nilai tambah, tetapi juga menjadi instrumen pemberdayaan perempuan dalam mewujudkan kemandirian ekonomi serta memperkuat perekonomian Desa Tanjung Baru secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Participatory Action Research (PAR) untuk menggambarkan proses diversifikasi produk nanas dan strategi pemasaran digital serta dampaknya terhadap kemandirian ekonomi perempuan Desa Tanjung Baru. Pendekatan ini tidak hanya menghasilkan deskripsi faktual kondisi lapangan, tetapi juga mendorong perubahan sosial melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan penelitian. Penelitian dilaksanakan di Desa Tanjung Baru, Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim. Adapun subjek penelitian berupa kelompok perempuan (ibu rumah tangga) yang terlibat dalam kegiatan pengolahan produk nanas dan pemasaran digital. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive berdasarkan tingkat partisipasi dan keterlibatan aktif dalam program.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara triangulatif untuk memperoleh data yang komprehensif dan mendalam. Pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion), dan dokumentasi.. Observasi dilakukan secara partisipatif untuk mengamati secara langsung proses pengolahan produk nanas, praktik pemasaran digital, serta dinamika keterlibatan perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif. Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada peserta kegiatan guna menggali informasi terkait kondisi awal, pengalaman selama pelatihan, perubahan keterampilan, serta persepsi terhadap dampak program. Selain itu, FGD dilaksanakan untuk memperoleh pemahaman kolektif mengenai permasalahan, potensi, serta evaluasi kegiatan secara partisipatif.

Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto kegiatan, catatan pelaksanaan program, serta dokumen terkait lainnya. Penggunaan berbagai teknik ini bertujuan untuk meningkatkan kedalaman dan keakuratan data penelitian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data hingga tahap akhir penelitian. Analisis mengacu pada model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, khususnya terkait diversifikasi produk dan pemasaran digital serta dampaknya terhadap kemandirian ekonomi perempuan. Data kemudian disajikan secara naratif sistematis untuk memudahkan interpretasi. Kesimpulan ditarik melalui proses verifikasi berkelanjutan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan refleksi partisipatif. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode guna memastikan validitas dan kredibilitas temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Potensi dan Permasalahan Kelompok

Hasil observasi lapangan dan diskusi kelompok menunjukkan bahwa Desa Tanjung Baru memiliki potensi sumber daya alam yang cukup besar, khususnya pada komoditas nanas yang tersedia secara melimpah sepanjang musim panen. Namun, pemanfaatan komoditas tersebut masih terbatas pada penjualan dalam bentuk buah segar tanpa melalui proses pengolahan lanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Faradillah et al., 2025) yang mengatakan bahwa petani nanas di Kecamatan Lembak hanya dapat menjual nanas dalam bentuk hasil panen mentah, sehingga membuat petani bergantung pada harga pasar yang sering kali fluktuatif dan rendah.

Kondisi ini juga tidak terlepas dari struktur aktivitas ekonomi rumah tangga di desa tersebut, di mana mayoritas perempuan berperan aktif sebagai penyadap karet untuk menopang pendapatan keluarga. Keterlibatan perempuan dalam sektor perkebunan karet yang bersifat rutin dan menyita waktu menyebabkan terbatasnya ruang dan minat untuk mengembangkan usaha alternatif berbasis pengolahan nanas. Akibat pekerjaan domestik dan pekerjaan produktif, perempuan petani pedesaan sering menghadapi beban kerja ganda, yang dapat membatasi keterlibatan mereka dalam aktivitas ekonomi tambahan seperti pengolahan hasil pertanian (Yuniar, 2022).

Ketergantungan masyarakat Desa Tanjung Baru pada sektor karet sebagai sumber pendapatan utama menyebabkan komoditas lain, seperti nanas, belum dimanfaatkan secara optimal. Pengolahan nanas masih dianggap sebagai kegiatan sampingan akibat keterbatasan keterampilan teknis dan pengetahuan kewirausahaan, khususnya di kalangan kelompok perempuan. Akibatnya, nanas termasuk yang berukuran kecil atau berkualitas rendah lebih sering dijual kepada pengepul dengan harga rendah, sehingga nilai tambah dan posisi tawar produsen belum maksimal.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya alam dan kapasitas pengelolaan usaha perempuan desa. Meskipun memiliki pengalaman dalam aktivitas produktif, potensi tersebut belum berkembang menjadi kewirausahaan berbasis diversifikasi komoditas. Oleh karena itu, pengembangan pengolahan nanas memerlukan upaya yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada peningkatan kapasitas, perubahan pola pikir, dan penguatan peran perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi.



Gambar 1. Observasi Mahasiswa KKN Ke Kebun Nanas Salah Satu Warga

Diversifikasi Produk sebagai Strategi Peningkatan Nilai Tambah

Diversifikasi adalah suatu upaya untuk memperluas suatu produk yang telah ada selama ini untuk dapat didorong menjadi produk atau industri yang sebelumnya tidak diusahakan (Prabowo et al., 2024). Strategi hilirisasi komoditas pertanian yang dikenal sebagai diversifikasi produk bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah melalui proses pengolahan, perpanjangan rantai nilai, dan diferensiasi produk di pasar. Pengolahan nanas menjadi tepache dan permen nanas adalah dua contoh transformasi komoditas dasar menjadi produk olahan yang lebih menguntungkan di Desa Tanjung Baru. Selain mengurangi ketergantungan pada penjualan buah segar, strategi ini membantu produsen memperkuat posisi tawar mereka dengan membuat produk dengan fitur dan segmentasi pasar yang lebih khusus.

Buah nanas dapat dikelola dengan berbagai olahan yang dapat dihasilkan menjadi sebuah produk. Maka dari itu tim pengabdian mengelola buah nanas menjadi minuman probiotik tepache dan permen nanas. Tepache merupakan minuman fermentasi tradisional berbahan dasar nanas yang dihasilkan melalui proses fermentasi alami dengan memanfaatkan gula dan mikroorganisme yang terdapat pada buah. Tepache adalah minuman probiotik yang aman untuk dikonsumsi.

Bakteri probiotik asam laktat (BAL) memberikan rasa dan aroma khas minuman fermentasi ini, dan juga mengandung bakteri hidup yang dapat melindungi saluran pencernaan dari infeksi. Produksi senyawa antimikroba selama proses fermentasi bertanggung jawab atas kemampuan minuman fermentasi untuk mencegah infeksi saluran pencernaan (Najini et al., 2024). Proses fermentasi menghasilkan tepache dengan cita rasa khas, perpaduan asam dan manis, serta aroma yang unik. Selain meningkatkan kualitas sensori, fermentasi juga memperpanjang daya simpan dan menambah nilai fungsional produk. Tepache dipilih sebagai bentuk diversifikasi karena proses pembuatannya relatif sederhana, tidak memerlukan peralatan khusus, dan dapat dilakukan dalam skala rumah tangga, sehingga sesuai untuk dikembangkan oleh kelompok perempuan desa sebagai usaha berbasis komoditas lokal.

Proses produksi diawali dengan sortasi dan pencucian nanas guna memastikan kebersihan dan mutu bahan baku. Kulit nanas dapat dimanfaatkan sebagai bahan utama fermentasi, dengan tambahan daging buah untuk memperkuat cita rasa. Bahan yang telah dibersihkan dan dipotong

kemudian dimasukkan ke dalam wadah bersih yang tidak bereaksi dengan asam, seperti kaca atau plastik food grade, untuk selanjutnya difermentasi. Tahap berikutnya adalah penambahan air bersih dan gula sebagai sumber nutrisi bagi mikroorganisme fermentasi. Jumlah gula disesuaikan dengan tingkat kemanisan yang diinginkan sekaligus untuk mendukung aktivitas mikroba alami pada permukaan nanas. Campuran kemudian ditutup menggunakan kain bersih dan difermentasi pada suhu ruang selama sekitar 2–3 hari. Selama proses tersebut terjadi aktivitas mikroba yang menghasilkan gas serta perubahan rasa menjadi asam-manis.

Setelah tingkat fermentasi yang diinginkan tercapai, cairan disaring untuk memisahkan ampas, lalu dikemas dalam botol steril dan disimpan pada suhu dingin guna memperlambat fermentasi lanjutan. Proses ini tergolong sederhana dan dapat diterapkan dalam skala rumah tangga dengan tetap memperhatikan standar kebersihan.

Selain tepache, salah satu diversifikasi produk lain adalah olahan permen nanas. Permen nanas adalah produk olahan berbentuk padat yang dibuat dengan memasak daging buah nanas atau sari dengan gula hingga mencapai konsistensi yang diinginkan. Jika dibandingkan dengan buah segar, produk ini tahan lebih lama dan mudah dikemas dan dikirim. Permen nanas memiliki rasa yang stabil dan daya tarik visual, sehingga dapat menarik pelanggan baru.

Pengolahan nanas menjadi permen memungkinkan penggunaan buah dengan kualitas rendah atau ukuran kecil yang sebelumnya tidak bernilai secara ekonomi, sehingga mengurangi kemungkinan kehilangan hasil. Pembuatan permen nanas dimulai dengan mencuci, mengupas, dan menghancurkan daging buahnya hingga menjadi bubur atau sari buah. Kemudian, bubur nanas dimasak menggunakan api sedang sambil ditambahkan gula sebagai pengawet alami dan pengental.

Untuk memastikan distribusi panas yang merata dan mencegah gosong, proses pemasakan dilakukan dengan pengadukan terus-menerus. Proses berlanjut hingga campuran mengental dan mencapai konsistensi yang diinginkan, yang ditunjukkan dengan penurunan kadar air. Adonan dituangkan ke dalam cetakan atau loyang yang telah dilapisi bahan anti lengket setelah mencapai tekstur yang diinginkan. Sebelum dipotong sesuai ukuran yang diinginkan, produk kemudian didiamkan hingga mengeras pada suhu ruang. Proses pengemasan menggunakan kemasan kedap udara adalah tahap akhir, yang memastikan kualitas produk dan memperpanjang daya simpan produk. Pemilihan tepache dan permen nanas sebagai produk diversifikasi didasarkan pada pertimbangan teknis dan sosial-ekonomi, yaitu kemudahan proses produksi, ketersediaan bahan baku, serta kesesuaian dengan kapasitas dan waktu luang kelompok perempuan. Dengan demikian, kedua produk tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alternatif olahan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan dan peningkatan nilai tambah komoditas nanas di tingkat kelompok.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Produk Olahan Nanas Ibu-ibu Desa Tanjung Baru



Gambar 3. Praktik Pengolahan Nanas



Gambar 4. Inovasi Olahan Nanas



Gambar 5. Praktik Pembuatan Olahan Nanas Ibu-ibu Desa Tanjung Baru

Edukasi Pengemasan dan Strategi Pemasaran Digital

Edukasi pengemasan dilakukan sebagai strategi peningkatan daya saing produk olahan nanas melalui optimalisasi fungsi protektif dan komunikatif kemasan. Dalam konteks agroindustri skala rumah tangga, kemasan berperan tidak hanya dalam menjaga stabilitas mutu dan keamanan pangan, tetapi juga dalam membangun persepsi kualitas dan citra produk di mata konsumen. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah saja namun dapat digunakan sebagai media promosi bagi produk tersebut. Tidak hanya dengan desain yang menarik, tetapi kemasan juga perlu mementingkan fungsionalitas dan keberlanjutannya yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian sebuah produk (Azzahra & Sabilla, 2024).

Oleh karena itu, pendampingan difokuskan pada penggunaan bahan kemasan food grade, perancangan label informatif, serta penyesuaian jenis kemasan dengan karakteristik produk. Tepache dikemas dalam botol tertutup untuk menjaga stabilitas fermentasi dan mencegah kontaminasi, sedangkan permen nanas menggunakan kemasan kedap udara guna mempertahankan tekstur dan memperpanjang daya simpan. Sejalan dengan perbaikan kemasan, strategi pemasaran digital diperkenalkan sebagai instrumen perluasan akses pasar dan penguatan kemandirian distribusi. Transformasi dari sistem pemasaran konvensional berbasis pengepul menuju promosi melalui media sosial memungkinkan kelompok menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Edukasi meliputi pembuatan akun usaha berupa Facebook Professional dan WhatsApp Business, penyusunan konten promosi, serta pemanfaatan fitur interaktif untuk membangun relasi dengan konsumen.

Pemasaran digital sangat penting untuk pelaku UMKM untuk memenuhi semua kebutuhan konsumen. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, pelaku UMKM dapat menjangkau segmen pasar targetnya dan meningkatkan penjualan dan keuntungan mereka dengan membuka aplikasi di perangkat elektronik mereka tanpa keluar rumah (Lembahyung & Handayani, 2023). Inovasi kemasan dan pemasaran digital berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah, daya saing, dan akses pasar UMKM, khususnya di wilayah pedesaan (Suprihatin et al., 2024).

Integrasi antara inovasi kemasan dan pemasaran digital menunjukkan bahwa peningkatan nilai tambah produk tidak hanya ditentukan oleh proses produksi, tetapi juga oleh kemampuan kelompok dalam membangun citra produk dan strategi distribusi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Penelitian (Epriyani et al., 2025) menunjukkan bahwa Pelatihan

pengemasan membantu kelompok perempuan di Desa Tanjung Baru untuk meningkatkan daya saing produk, memperluas pasar, dan memperkuat ekonomi lokal. Kemasan yang efisien membuka peluang baru dan mengurangi ketergantungan pada pasar tradisional. Dengan demikian, edukasi ini berkontribusi terhadap penguatan kapasitas usaha dan kemandirian ekonomi kelompok perempuan secara berkelanjutan.



Gambar 6. Sosialisasi Pemasaran Digital



Gambar 7. Pelatihan Pembuatan Akun Penjualan

Implikasi terhadap Pemberdayaan Ekonomi Perempuan

Secara nasional, peran perempuan dalam perekonomian menunjukkan kontribusi yang semakin signifikan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 64,5% pelaku UMKM di Indonesia adalah perempuan. Selain itu sektor UMKM memberikan kontribusi sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Ini menunjukkan bahwa perempuan tidak hanya bertanggung jawab atas pengelolaan ekonomi rumah tangga tetapi juga menjadi pendorong utama bisnis mikro, kecil, dan menengah. Jumlah perempuan yang lebih besar yang berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi produktif ini menunjukkan bahwa meningkatkan kemampuan usaha perempuan memiliki dampak strategis terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, terutama di daerah pedesaan.

Diversifikasi produk, perbaikan kemasan, dan strategi pemasaran digital sangat memengaruhi pemberdayaan ekonomi perempuan di Desa Tanjung Baru. Keterlibatan aktif perempuan dalam seluruh tahapan proses, mulai dari pengolahan hingga pengemasan, membantu mereka memperoleh keterampilan teknis dan manajerial, dan meningkatkan posisi mereka dari pekerja pendukung menjadi bisnis yang berfokus pada pelanggan.

Berdasarkan data Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2023), Keterlibatan perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif, khususnya pada sektor pengolahan pangan, berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga, dengan estimasi kenaikan hingga sekitar 40%. Ini menunjukkan bahwa perempuan telah berubah dari sekadar tenaga kerja yang produktif menjadi aktor ekonomi yang berinisiatif dan aktif. Nilai-nilai tradisional yang masih memosisikan perempuan sebagai pendukung ekonomi keluarga, bukan sebagai penggerak utama, kerap membatasi partisipasi mereka dalam pengambilan keputusan bisnis (Berampu et al., 2025). Namun, melalui usaha kolektif dan keterlibatan aktif dalam kegiatan ekonomi produktif, perempuan mulai memperoleh ruang untuk berkolaborasi, membagi peran, serta mengelola sumber daya secara lebih efektif. Proses ini mendorong penguatan kepercayaan diri dan kemandirian perempuan dalam menentukan arah keputusan ekonomi.

Model kerja kelompok memperkuat solidaritas sosial, menekan risiko usaha, serta memberi ruang bagi perempuan untuk menyeimbangkan peran produktif dan domestik. Dampaknya tidak hanya pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada penguatan kapasitas sosial dan kepemimpinan perempuan di tingkat komunitas. Selain itu, pemasaran digital mengurangi ketergantungan pada saluran distribusi konvensional yang membatasi posisi tawar produsen dengan membuka akses terhadap jaringan konsumen dan informasi pasar, sehingga perempuan mampu merancang strategi usaha yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, pemberdayaan ekonomi perempuan berbasis potensi lokal yang dilaksanakan secara partisipatif dan terintegrasi berpotensi menjadi model penguatan ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Tanjung Baru memiliki potensi komoditas nanas yang melimpah, namun pemanfaatannya masih terbatas pada penjualan buah segar dengan nilai tambah yang rendah. Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), diversifikasi produk berupa tepache dan permen nanas, disertai edukasi pengemasan dan strategi pemasaran digital, terbukti mampu meningkatkan nilai ekonomi komoditas lokal sekaligus memperkuat kapasitas kelompok perempuan.

Keterlibatan perempuan dalam seluruh tahapan produksi hingga pemasaran mendorong peningkatan keterampilan teknis, manajerial, serta kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan ekonomi. Transformasi ini menunjukkan pergeseran peran perempuan dari tenaga kerja pendukung menjadi aktor ekonomi yang lebih mandiri dan berorientasi pasar. Integrasi antara inovasi produk, kemasan, dan pemasaran digital tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga memperkuat model pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

Keberlanjutan program diversifikasi produk dan pemasaran digital perlu didukung melalui pendampingan lanjutan yang berfokus pada penguatan manajemen usaha, pencatatan keuangan sederhana, serta pengurusan legalitas produk seperti P-IRT agar usaha olahan nanas dapat berkembang secara formal dan berkelanjutan.

Selain itu, kelompok perempuan didorong untuk terus mengembangkan variasi produk turunan berbasis nanas guna memperluas segmentasi pasar dan meningkatkan stabilitas pendapatan. Optimalisasi pemasaran digital juga perlu ditingkatkan melalui pelatihan branding, pembuatan konten kreatif, dan pemanfaatan marketplace agar jangkauan distribusi semakin luas. Dukungan kolaboratif dari pemerintah desa, dinas terkait, dan pemangku kepentingan lainnya menjadi faktor penting dalam memperkuat akses permodalan, pelatihan, dan jejaring pemasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Tanjung Baru beserta seluruh masyarakat yang telah memberikan dukungan, fasilitas, dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan dan penyusunan artikel ini. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada pihak-pihak terkait dan seluruh tim yang telah memberikan kontribusi, baik secara akademik maupun praktis, sehingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat diselesaikan dengan optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, S. F., & Sabilla, T. P. (2024). Pengaruh Inovasi Kemasan dan Promosi Digital terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Kopi Adjie di Provinsi Lampung , Indonesia. 7(1), 7–18.
- Berampu, L. T., Syamsuri, A. R., & Utami, B. C. (2025). Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Keluarga : Pemberdayaan Perempuan dalam UMKM Lauk Kemasan di Pekanbaru. 14(1), 209–223.
- Epriyani, J., Chaisarani, F., Putri, M. S. O., Utami, S. A. P., Anugra, D., Setiawan, B., & Meirisari, V. (2025). Strategi Pemanfaatan Nanas Lokal Melalui Diversifikasi Sirup dalam Pemberdayaan UMKMd di Desa Tanjung Baru. *Abdimas Universal*, 7(1), 46–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v7i1.542>
- Faradillah, Alie, M. F., Purnamasari, E. D., & Lazuardi, S. (2025). Digitalisasi Pemasaran dan Inovasi Produk Nanas untuk Mendukung Ekonomi Desa Lembak. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/rjpkm.v6i1.5286>
- Lembahyung, B., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Pasca Kebijakan Pencabutan PPKM Pada UMKM Depok. 7(2), 507–514. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.20499>
- Najini, R., Purwanti, N. U., Mufida, A. R., Kurniawan, A., Alghifary, M. H. H., Syalsabila, R. R., Nuraini, R., Safitri, W., Farmasi, D. B., Kedokteran, F., Tanjungpura, U., Barat, K., Program, M., Farmasi, S., Kedokteran, F., Tanjungpura, U., & Nanas, K. (2024). Minuman Probiotik Tepache Dari Fermentasi Kulit Buah Nanas (Ananas Comosus L .) Menggunakan Variasi Jenis Dan Konsentrasi Gula Tepache Probiotic Drink From Fermented Pineapple Peels (Ananas Comosus L.) Using Variations Of Sugar Types And. *JPOP : Journal Pharmacy Of Tanjungpura*, 1(2), 74–79.
- Prabowo, H., Damaiyani, J., & Nurnasari, E. (2024). Diversifikasi tembakau sebagai pestisida nabati untuk mendukung pertanian berkelanjutan. 2(1), 1–6.
- Suprihatin, H., Pramitasari, D. A., & Hasanah, A. (2024). Inovasi Packaging dan Pemasaran Digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 5(2), 254–263.
- Yuniar, V. (2022). Peran Ganda Perempuan Petani (Studi Kasus Dusun Gamaru Desa Ulusalu Kecamatan Latimojo Kabupaten Luwu).