

UPAYA MENINGKATKAN NILAI JUAL KOMODITAS PERTANIAN MELALUI INOVASI PENGOLAHAN PANGAN BERBASIS *HOME INDUSTRY* DI DESA SIDAMULYA KECAMATAN WANAREJA KABUPATEN CILACAP

Aji Fany Permana¹, Lala Febriana Puspita², Huriyatul Mardiyah³,
Mutmainah⁴, Yuti Alfiah⁵

¹ Ketua Tim PkM Sidamulya dari IAI K.H. Sufyan Tsauri Majenang (INSIMA);

² Anggota Tim PkM dari Fakultas Syariah & Ekonomi Bisnis Islam (FSEBI) INSIMA;

^{3,4,5} Anggota Tim PkM dari Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) INSIMA.

Email Korespondensi: ajifanypermana@gmail.com

Abstrak

Artikel ini membahas upaya inovatif untuk meningkatkan nilai jual komoditas pertanian, khususnya pepaya, di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanareja, Cilacap. Petani di desa ini sering mengalami masalah harga jual yang rendah, terutama saat panen melimpah. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), inovasi pengolahan pepaya menjadi abon diperkenalkan sebagai solusi. Program ini diawali dengan tahap persiapan, termasuk eksperimen produk yang membuktikan bahwa abon pepaya dapat menghasilkan keuntungan hingga 400%. Selanjutnya, tahap pelaksanaan berupa *workshop* inovasi pangan dan sosialisasi pemasaran *digital* diselenggarakan. Kegiatan ini berhasil membekali 30 peserta yang terdiri dari petani dan pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan baru. Pendampingan UMKM juga dilakukan untuk membantu mereka dalam memproduksi dan memasarkan produk secara *online*. Upaya ini tidak hanya memberikan solusi atas masalah harga jual komoditas, tetapi juga berhasil menciptakan abon pepaya sebagai salah satu produk unggulan dan ikon kuliner di Desa Sidamulya.

Kata Kunci: Abon Pepaya, Inovasi Pangan, *Home Industry*, Pemasaran Digital, Nilai Jual.

Abstract

This article discusses an innovative effort to increase the selling value of an agricultural commodity, specifically papaya, in Sidamulya Village, Wanareja, Cilacap. Farmers in this village often face the problem of low selling prices, especially during abundant harvests. Through a community service program (PkM), the innovation of processing papaya into floss (abon) was introduced as a solution. The program began with a preparation stage that included product experiments, which proved that papaya floss could generate a profit of up to 400%. Subsequently, the implementation stage consisted of a food innovation workshop and digital marketing socialization. These activities successfully equipped 30 participants, consisting of farmers and SME owners, with new knowledge and skills. SME mentoring was also provided to help them produce and market the product online. This effort not only provided a solution to the commodity's selling price problem but also succeeded in establishing papaya floss as a flagship product and culinary icon in Sidamulya Village.

Keywords: *Papaya Floss, Food Innovation, Home Industry, Digital Marketing, Economic Value.*

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia yang perkembangannya cukup berdampak terhadap kondisi sosial-ekonomi masyarakat, terutama menyangkut produktivitas dan kesejahteraan. UMKM yang ada di negara ini sebagian besar merupakan kegiatan usaha mandiri rumah tangga (*home industry*) yang bisa menyerap banyak tenaga kerja, sehingga eksistensinya dapat membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan taraf hidup rakyatnya. Pertumbuhan UMKM yang sedang dalam tren positif, dimana kuantitasnya terus bertambah pada setiap tahun, menunjukkan bahwa UMKM sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian nasional.¹

Pengembangan UMKM, terutama yang berada di wilayah pedesaan tentunya mempunyai perbedaan dengan pengembangan UMKM yang eksis di perkotaan. Hal ini salah satunya dapat diidentifikasi dari karakteristik dan potensi sumber dayanya. UMKM di perkotaan biasanya memiliki karakteristik inklusif dengan cakupan sumber daya yang relatif banyak dari berbagai sektor potensial yang beragam, sedangkan UMKM di pedesaan umumnya berkarakteristik eksklusif dengan cakupan sumber daya lokal dari sektor potensial tertentu yang terbatas. Itu sebabnya upaya pengembangan UMKM yang berada di pedesaan memiliki tantangan tersendiri karena setiap desa mempunyai potensi lokal yang berbeda-beda dengan ciri khas atau keunikan sumber dayanya masing-masing.²

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi dalam upaya pengembangan UMKM yang berada di wilayah pedesaan adalah kurangnya

¹ Jaya Wiranto, "Wow! Infografis Peta Ekonomi Indonesia 2025: Bagaimana Koperasi dan UMKM Mendominasi?". Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 13 Mei 2025. Diakses tanggal 7 Agustus 2025 pukul 08.05 WIB dari <https://alokop.id/peta-ekonomi-indonesia-2025-umkm-koperasi/>

² Eca Salsabila, dkk., Analisis Kelayakan Bisnis: Studi Perbandingan Dampak Sosial-Ekonomi UMKM di Perkotaan dan Perdesaan, Jurnal Intelek Insan Cendikia (JIIC), Vol. 2, No. 5 (Mei 2025), hlm. 8.250-8.252. Diakses tanggal 7 Agustus 2025 pukul 09.37 WIB dari <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/3295/3425>

akses (informasi dan pengetahuan/ wawasan) warga masyarakatnya tentang cara mengembangkan UMKM itu sendiri. Hal ini dapat dipahami karena warga masyarakat yang menjadi pelaku UMKM di pedesaan umumnya masih memiliki pola pikir yang sederhana dan sebagian besar kegiatannya masih mengandalkan mata pencaharian pokok yang bergantung pada potensi lokal dari alam, seperti pertanian, peternakan, dan lain sejenisnya. Oleh karenanya, pengembangan UMKM berbasis potensi lokal di pedesaan penting untuk diupayakan,³ sebagaimana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang penulis lakukan guna mengembangkan UMKM berjenis *home industry* di sebuah desa yang bernama Sidamulya.

Desa Sidamulya merupakan salah satu desa di Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah yang wilayahnya bertopografi dataran, berada pada ketinggian 27 mdpl, dilalui oleh sungai besar (Sungai Citanduy), bersuhu sekitar 30⁰ Celcius, dan mempunyai curah hujan yang relatif normal sepanjang tahun, sehingga membuatnya cocok menjadi tempat pembudidayaan tanaman pangan. Desa ini memiliki potensi lokal berupa tanah pertanian yang cukup luas, yang telah dimanfaatkan sejak lama oleh penduduknya sebagai lahan persawahan dan perladangan. Selain padi dan palawija, pepaya menjadi salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan oleh penduduk desa setempat. Tidak seperti tanaman palawija yang biasanya ditanam secara musiman, terutama saat musim kemarau untuk menggantikan tanaman padi, di daerah beriklim tropis seperti Desa Sidamulya tanaman pepaya dapat tumbuh dengan baik sepanjang tahun dan tidak terbatas pada musim tertentu.⁴

Sebagian besar penduduk Desa Sidamulya masih mempunyai pola pikir sederhana dan lebih banyak memfokuskan mata pencaharian pokoknya sebagai petani tradisional. Hal ini salah satunya dapat ditengarai dari perilaku para petani di desa tersebut saat pasca panen, dimana pepaya yang mereka hasilkan dari pembudidayaan hanya sebatas dikonsumsi langsung ataupun dijual secara konvensional ketika harganya tinggi. Adapun ketika hasil panen pepaya

³ Eca Salsabila, dkk., Analisis Kelayakan Bisnis: ...

⁴ Pemerintah Desa Sidamulya Kecamatan Wanareja, Tipologi Umum Desa, Dokumen Monografi Desa Sidamulya Tahun 2025.

melimpah namun harga jualnya rendah, pepaya kerap dibiarkan masak di pohonnya hingga jatuh ke tanah dan membusuk tanpa ada yang memanfaatkannya.⁵ Padahal, dengan kemajuan inovasi saat ini, komoditas pertanian seperti pepaya dapat dikembangkan menjadi berbagai produk olahan yang bernilai ekonomi signifikan.⁶

Salah satu inovasi untuk membuat pepaya menjadi komoditas pertanian yang *high economic value*, yakni dengan mengolahnya menjadi abon melalui metode dan proses yang bahkan dapat dilakukan secara mandiri di rumah. Selain bisa dikonsumsi sebagai ‘camilan’ bergizi dan lauk yang enak untuk pendamping nasi, abon pepaya juga dapat dijual dengan harga dan keuntungan yang jauh lebih tinggi per kilonya dibanding harga jual per kilo komoditas aslinya (pepaya),⁷ sehingga sangat berguna dan efektif untuk menyiasati keberlanjutan penjualan pepaya ketika harganya rendah atau ‘anjlok’, dimana hal itu seringkali menjadi masalah yang kerap dikeluhkan oleh para petani di Desa Sidamulya.⁸

Menurut data observasi lapangan dan hasil *interview* dengan sejumlah pengurus Kelompok Wanita Tani (KWT) dan para pelaku UMKM di Desa Sidamulya, penulis memperoleh keterangan bahwa sejauh ini para petani dan pelaku UMKM di desa yang bersangkutan belum mengetahui adanya inovasi pengolahan pepaya menjadi abon melalui wirausaha mandiri rumahan (*home industry*), terlebih informasi bahwa produk olahan ini dapat dijual dengan harga dan keuntungan yang lebih tinggi dari pada harga jual komoditas aslinya (pepaya) dalam kuantitas yang sebanding. Apabila sebelumnya mereka mengetahui kedua informasi itu, setidaknya saat ini mereka telah memiliki

⁵ Tim PkM Sidamulya - INSIMA, Data Hasil Survei Lapangan dan Rumusan Potensi Desa, Dokumen Rincian Program Kerja KKN XV INSIMA Kelompok Sidamulya, Juli 2025.

⁶ Suyanti, dkk., Produk Diversifikasi Olahan untuk Meningkatkan Nilai Tambah dan Mendukung Pengembangan Buah Pepaya (*Carica Papaya L.*) di Indonesia, Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pasca Panen Pertanian: Buletin Teknologi Pasca Panen Pertanian, Vol. 8, No. 2 (2012), hlm. 68. Diakses tanggal 8 Agustus 2025 pukul 10.32 WIB dari <https://repository.pertanian.go.id/server/api/core/bitstreams/8957c342-ba3f-4e87-a942-2d7b84ff408f/content>

⁷ Siti Sutiati dan Tuti Kurnia, Inovasi Olahan Pepaya (Abon Pepaya) Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kampung Mekarjaya Desa Padamulya Kecamatan Pasir Kuda Kabupaten Cianjur, Jurnal Pengabdian Masyarakat: ALMUJTAMAE, Vol. 1, No. 1 (April 2021), hlm. 47. Diakses tanggal 8 Agustus 2025 pukul 09.40 WIB dari <https://ojs.unida.ac.id/almujtamae/article/view/2909/2744>

⁸ Tim PkM Sidamulya - INSIMA, Data Hasil Survei ...

kompetensi terkait inovasi tersebut, serta mampu mengupayakan solusi atas masalah yang kerap dihadapi oleh para petani lokal berkenaan dengan cara menyasiasi keberlanjutan penjualan pepaya saat harganya rendah. Oleh sebab itu, upaya yang secara khusus diarahkan untuk memberikan kompetensi kepada para petani dan pelaku UMKM di Desa Sidamulya terkait inovasi tersebut menjadi penting untuk dilakukan, mengingat hal itu sangat mereka butuhkan.⁹

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis melaksanakan PkM dengan tajuk/ judul ‘Upaya Meningkatkan Nilai Jual Komoditas Pertanian Melalui Inovasi Pengolahan Pangan Berbasis *Home Industry* di Desa Sidamulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap’, dimana substansi pengabdianya dititikberatkan pada pemberian kompetensi tentang inovasi pengolahan pepaya menjadi abon (produk UMKM *home industry*), berikut strategi penjualannya secara *online* melalui *digital marketing*. Sebagai bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat, PkM ini berfokus pada peningkatan kualitas sumber daya manusia di bidang sosial-ekonomi, khususnya dalam sektor pangan/ agribisnis dan perdagangan, dimana sasarannya adalah petani dan pelaku UMKM *home industry* lokal.

PkM yang penulis laksanakan tidak lain bertujuan untuk membekali para petani dan pelaku UMKM *home industry* di Desa Sidamulya dengan pengetahuan, sekaligus keterampilan terkait inovasi tersebut. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan PkM ini, yaitu para petani dan pelaku UMKM *home industry* lokal memiliki kompetensi dalam bentuk *innovative knowledge and skill* yang bisa dijadikan sebagai salah satu bekal atau modal untuk mengembangkan pola pikir, potensi sumber daya lokal yang ada, dan usaha/ bisnis yang mereka jalankan dengan lebih produktif dan mandiri, serta mempunyai kemampuan untuk mengupayakan solusi atas masalah yang kerap dihadapi oleh para petani menyangkut rendahnya harga jual komoditas pertanian, khususnya pepaya.

B. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang penulis laksanakan

⁹ Tim PkM Sidamulya - INSIMA, Data Hasil Survei ...

mengusung tema ‘*Community Empowerment Through Innovative and Sustainable Global Service*’ dan berfokus pada ‘Integrasi Nilai-Nilai Ekoteologi dalam Pemberdayaan Masyarakat’. PkM ini berlangsung selama 46 (empat puluh enam) hari pada tanggal 16 Juli – 30 Agustus 2025 dan dilaksanakan melalui dua program, yakni Program Swadaya Inovatif di Bidang Agribisnis dan Program Swadaya Inovatif di Bidang Pemasaran. Masing-masing dari kedua program PkM tersebut dijalankan dengan dua tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap pertama/ awal (perencanaan) PkM yang dilaksanakan selama 13 (tiga belas) hari pada tanggal 16 – 28 Juli 2025. Pada tahap ini penulis melakukan survei dan observasi ke lokasi PkM yang terletak di Desa Sidamulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah, serta mewawancarai pemerintah dan warga masyarakat desa setempat dalam kurun waktu 3 hari pada tanggal 16 – 18 Juli 2025. Berikutnya, penulis mengidentifikasi, menganalisa, dan merumuskan potensi lokal, sekaligus persoalan/ masalah utama yang ada di desa tersebut dalam kurun waktu 3 hari pada tanggal 19 – 21 Juli 2025. Terakhir, dalam kurun waktu 7 hari (1 minggu) pada tanggal 22 – 28 Juli 2025 penulis mengadakan eksperimen pengolahan pepaya menjadi abon, meminta testimoni dari penduduk lokal terkait cita rasa dan tekstur abon hasil olahannya, serta melakukan *branding, packaging, labeling*, dan percobaan penjualan produk hasil inovasinya tersebut, yang kemudian dilanjutkan dengan merancang program PkM dan kegiatannya sesuai tema, fokus, tujuan, dan manfaat PkM yang telah direncanakan.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah tahap persiapan selesai, berikutnya adalah tahap pelaksanaan PkM yang dijalankan selama 33 (tiga puluh tiga) hari pada tanggal 29 Juli – 30 Agustus 2025. Pada tahap yang kedua ini, penulis mengimplementasikan rencana kegiatan PkM melalui kedua program yang telah dirancangnya dalam bentuk *workshop* inovasi pangan dan sosialisasi *digital marketing* yang diadakan di Desa Sidamulya dalam waktu sehari

pada tanggal 29 Juli 2025, serta mengadakan pendampingan UMKM di desa tersebut dalam kurun waktu 32 (tiga puluh dua) hari pada tanggal 30 Juli – 30 Agustus 2025.

a. *Workshop* inovasi pangan dan sosialisasi *digital marketing*

Workshop inovasi pangan merupakan jenis kegiatan PkM pertama yang penulis adakan sebagai bentuk representasi dari pengimplementasian Program Swadaya Inovatif di Bidang Agribisnis. *Workshop* ini dilaksanakan dengan durasi waktu setengah hari, yakni dari pagi hingga siang (tengah hari) pada tanggal 29 Juli 2025, dan kegiatannya diberi nama ‘Strategi Meningkatkan Nilai Jual Produk Melalui Inovasi Pengolahan Komoditas Pertanian Berbasis *Home Industry*’. Substansi kegiatan *workshop* tersebut dititikberatkan pada inovasi pengolahan pepaya menjadi abon.

Selanjutnya, penulis mengadakan sosialisasi *digital marketing* yang merupakan jenis kegiatan PkM kedua sebagai bentuk representasi dari pengimplementasian Program Swadaya Inovatif di Bidang Pemasaran. Sosialisasi *digital marketing* menjadi kegiatan, sekaligus *advanced programme* yang didesain *supportable* terhadap keberlanjutan dan pengembangan Program Swadaya Inovatif di Bidang Agribisnis. Pelaksanaan sosialisasi ini juga berdurasi waktu setengah hari, yaitu dari siang (setelah *dhuhur*) hingga sore hari pada tanggal yang sama, dan kegiatannya diberi nama ‘Pemberdayaan Masyarakat Melalui *Workshop Digital Marketing* Berbasis Pemanfaatan Aplikasi Jual-Beli *Online* untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM’. Adapun sasaran kegiatan dari *workshop* inovasi pangan dan sosialisasi *digital marketing* tersebut adalah para petani dan pelaku UMKM di Desa Sidamulya.

b. Pendampingan UMKM

Pendampingan UMKM merupakan jenis kegiatan PkM ketiga yang penulis adakan di Desa Sidamulya sebagai bentuk representasi dari pengimplementasian dua program sekaligus, baik Program Swadaya Inovatif di Bidang Agribisnis maupun Program Swadaya

Inovatif di Bidang Pemasaran. Kegiatan ini dilakukan setelah pelaksanaan *workshop* inovasi pangan dan sosialisasi *digital marketing* yang penulis adakan sebelumnya, serta ditujukan secara khusus bagi para pelaku UMKM lokal berjenis *home industry* kuliner yang mulai memproduksi abon pepaya ataupun menjual/ membisniskan produk olahan ini secara *online* pasca *workshop* dan sosialisasi tersebut.

Sebagaimana pembagian waktu/ sesi pelaksanaan pada kegiatan *workshop* inovasi pangan dan sosialisasi *digital marketing*, pelaksanaan kegiatan PkM dalam bentuk pendampingan UMKM ini juga dibagi menjadi dua paruh waktu/ sesi kegiatan. Pendampingan UMKM terkait produksi abon pepaya dilaksanakan dalam kurun waktu 14 (empat belas) hari atau 2 minggu pada tanggal 30 Juli – 12 Agustus 2025, sedangkan pendampingan UMKM terkait pemasaran/ penjualan *online* produk olahan tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu 18 (delapan belas) hari pada tanggal 13 – 30 Agustus 2025.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil dan kondisi Desa Sidamulya

Desa Sidamulya adalah salah satu desa di Kabupaten Cilacap yang dikenal sebagai desa swasembada pangan, dimana 95% (585,87 Ha) dari total luas wilayahnya (615,90 Ha) merupakan area pertanian produktif yang terdiri dari persawahan (320,5 Ha atau 54,7% dari area pertaniannya) dan perladangan (265,5 Ha atau 45,3% dari area pertaniannya). Desa ini mempunyai jumlah penduduk 7.918 orang, dimana sebagian dari populasinya bermata pencaharian pokok sebagai petani tradisional yang cenderung memiliki pola pikir sederhana. Kondisi yang demikian itu telah membuat pertanian menjadi sektor paling potensial di desa tersebut.

Selain padi, komoditas pertanian yang banyak dihasilkan oleh penduduk/ petani Desa Sidamulya adalah pepaya. Pepaya menjadi salah satu komoditas utama dari kegiatan perladangan petani desa setempat yang dibudidayakan sepanjang tahun. Kendati demikian, komoditas tersebut

belum dikembangkan dan ditingkatkan produktivitasnya karena sejauh ini hanya dimanfaatkan untuk kebutuhan konsumsi rumah tangga ataupun dijual secara konvensional dengan harga yang digantungkan penuh pada kondisi/ permintaan pasar, sehingga kerap menjadi masalah serius bagi para petani lokal ketika harga jualnya rendah/ ‘anjlok’.

Masalah yang telah muncul sejak lama tersebut, dari waktu ke waktu menjadi semakin pelik karena sejauh ini belum ada petani Desa Sidamulya yang mampu mengupayakan solusinya. Di sisi lain, menurut hasil survei dan penelusuran data/ informasi terkini yang penulis peroleh, di desa setempat juga belum ada satu pun UMKM yang memanfaatkan pepaya sebagai bahan baku produknya. Hal itu disebabkan karena ternyata penduduk desa ini umumnya belum mengetahui bahwa pepaya dapat diolah secara inovatif menjadi berbagai macam produk yang bernilai ekonomi signifikan, salah satu contohnya yaitu abon pepaya. Produk olahan yang satu ini (abon pepaya) bahkan dapat dijual dengan nilai keuntungan yang jauh melampaui harga jual komoditas aslinya (pepaya) dalam kuantitas/ takaran yang sebanding.

2. Capaian pada tahap persiapan

Sebagai bagian dari persiapan (perencanaan) PkM, sekaligus upaya pembuktian langsung kepada masyarakat atas kebenaran/ validitas informasi terkait adanya produk hasil inovasi olahan pepaya seperti disebutkan di atas, penulis mengadakan 2 kali eksperimen pengolahan pepaya menjadi abon. Kegiatan eksperimen ini diadakan oleh penulis sehari sekali selama 2 hari pada tanggal 22 – 23 Juli 2025 di Dusun Mekarsari Desa Sidamulya dan disaksikan oleh 5 orang warga masyarakat desa setempat. Adapun pemilihan abon pepaya sebagai produk/ luaran eksperimen tersebut didasarkan pada pertimbangan karena percobaan yang sama pernah penulis lakukan sebelumnya dan sejauh yang penulis ketahui, cara pembuatan abon pepaya tergolong *simple*, proses pengolahannya singkat, bahan-bahan pendukungnya tersedia dan mudah didapatkan di lokasi PkM, biaya produksinya rendah/ sangat terjangkau, dan produk olahannya dapat dibuat secara mandiri menggunakan peralatan dapur/

memasak yang umumnya terdapat di setiap rumah.

Pada setiap eksperimennya, penulis melakukan percobaan untuk mengolah satu ‘gelondongan’ (1 buah) pepaya mentah dari jenis pepaya lokal seberat 1,25 kg dengan harga beli Rp. 5.000,- (Rp. 4.000,- per kilonya) guna menghasilkan 1 kg bersih abon pepaya dan mengeluarkan biaya untuk membeli bahan-bahan pendukung dan pengolahannya (sudah termasuk biaya minyak goreng dan gas yang digunakan, namun di luar biaya pembelian pepaya) sebesar Rp. 20.000,-. Ini berarti bahwa untuk menghasilkan abon pepaya dengan berat bersih 1 kg dibutuhkan total biaya produksi sebesar Rp. 25.000,- dengan rincian Rp. 5.000,- untuk biaya pembelian bahan baku utama (satu ‘gelondongan’ (1 buah) pepaya lokal yang mentah dengan berat 1,25 kg) ditambah Rp. 20.000,- untuk biaya pembelian bahan pendukung dan pengolahannya.

Setiap kali selesai bereksperimen, penulis meminta testimoni/ pendapat terkait tekstur dan rasa abon pepaya hasil olahannya kepada 5 orang warga masyarakat Desa Sidamulya yang ikut menyaksikan. Setelah dilakukan 2 kali eksperimen, pada percobaan yang terakhir/ kedua dihasilkanlah 1 kg bersih abon pepaya yang memiliki tekstur renyah/ ‘garing’ (*crunchy*) dan rasa yang lezat (gurih), sebagaimana testimoni/ pendapat dari 5 orang warga masyarakat desa tersebut yang ikut menyaksikan dan diminta oleh penulis untuk menjadi *tester* (‘pencicip’) produk olahan tersebut. Adapun untuk menghasilkan 1 kg bersih abon pepaya dengan tekstur yang *crunchy* dan rasa yang lezat (gurih), maka diperlukan bahan-bahan sebagai berikut:

- a. 1 buah pepaya mentah (untuk pembuatan abon pepaya dengan cara ini digunakan *sample* jenis pepaya lokal yang mentah seberat 1,25 kg);
- b. 1 sendok makan garam;
- c. Bumbu tabur, yang terdiri dari:
 - 1 sendok makan ketumbar bubuk;
 - 1 sendok teh lada bubuk;
 - 1 sendok teh kaldu bubuk;
 - 1 sendok teh garam.

-
- d. Bumbu halus, yang terdiri dari:
- 5 siung bawang putih;
 - 10 siung bawang merah;
 - 2 cm jahe;
 - 2 batang sereh (diambil bagian yang berwarna putih).
- e. Bahan tepung, yang terdiri dari:
- 200 gram tepung kanji;
 - 200 gram tepung beras;
 - 80 gram tepung bumbu sajiku;
 - 1 sendok teh kaldu bubuk;
 - ½ sendok teh garam.

- f. Minyak goreng dan gas secukupnya/ sesuai kebutuhan.

Setelah semua bahan di atas terkumpul, maka cara membuat abon pepaya yang *crunchy* dan lezat (gurih), yaitu:

- a. Buah pepaya mentah dikupas, semua biji dan serat bijinya dibuang, daging buahnya dibelah-belah, kemudian dibersihkan dengan air bersih, lalu diserut dan ditaburi garam;
- b. Serutan daging buah pepaya mentah yang telah ditaburi garam, diaduk-aduk, diremas-remas, dan diperas (namun jangan sampai hancur) hingga getah yang terkandung di dalamnya keluar, kemudian air hasil perasan tersebut (cairan getah yang bercampur dengan garam) dibuang, sedangkan serutannya dicuci dengan air bersih dan diperas kembali sampai kering, selanjutnya ulangi proses pencucian serutan dengan air bersih dan pemerasannya hingga kering (minimal sebanyak tiga kali) sampai getahnya benar-benar hilang;
- c. Menyiapkan bumbu halus (bawang putih, bawang merah, jahe, dan sereh yang dihaluskan dengan *blender* tanpa dicampur air), serta bumbu tabur (ketumbar bubuk, lada bubuk, kaldu bubuk, dan garam);
- d. Mencampur jadi satu secara merata bumbu halus dan bumbu tabur dengan serutan daging buah pepaya yang bersih dan kering tersebut dalam sebuah wadah;
- e. Menyiapkan adonan tepung dari tepung kanji, tepung beras, tepung

-
- bumbu sajiku, kaldu bubuk, dan garam yang dicampur jadi satu secara merata dalam sebuah wadah, kemudian mengambil campuran tersebut secara bertahap dengan centong untuk ditaburkan sedikit demi sedikit ke dalam wadah yang berisi serutan daging buah pepaya yang telah dibumbui, lalu mengaduknya secara merata hingga serutan yang telah dibumbui tercampur tepung;
- f. Menyaring/ mengayak serutan daging buah pepaya yang telah dibumbui dan tercampur tepung dengan tujuan agar sisa tepung yang tidak menempel pada serutan tersebut terpisah (turun), kemudian setiap serutan berbumbu yang sudah lekat dengan tepung harus cepat digoreng kering dalam minyak yang panas hingga warnanya kuning kecoklatan (jangan sampai menunggu terlalu lama agar hasilnya tidak menggumpal dan tetap *crunchy*);
 - g. Setelah digoreng kering dalam minyak yang panas hingga berwarna kuning kecoklatan, serutan tersebut (abon pepaya) diangkat dari penggorengan dan ditiriskan, selanjutnya jika sudah dingin abon pepaya *crunchy* siap dikonsumsi ataupun dimasukkan ke dalam toples (wadah tertutup) agar tetap terjaga kerenyahannya.

Seusai hasil eksperimennya mendapatkan testimoni positif dari 5 orang warga masyarakat Desa Sidamulya, selanjutnya penulis memproduksi kembali abon pepaya dengan berat bersih 1 kg menggunakan bahan-bahan dan cara yang sama (sepaimana dipaparkan di atas) sebagai *sample* produk untuk dijual. Sebelum dilakukan eksperimen penjualan, terlebih dahulu penulis membuat *merk* produk abon pepayanya dengan nama 'ABOYA', mengemasnya dengan *standing pouch* berukuran 9 x 15 cm yang berkapasitas 100 gram, dan melabeli kemasan tersebut dengan stiker bertulisan dan bergambar yang memuat informasi tentang *merk* produk, nomor ijin usaha, status *halal*, varian rasa, berat bersih, komposisi, nama produsen, serta batas kadaluarsanya. Kegiatan *branding*, *packaging*, dan *labeling* produk tersebut dilakukan penulis selama 2 hari pada tanggal 24 – 25 Juli 2025 di Dusun Mekarsari Desa Sidamulya dan disaksikan oleh 5 orang warga masyarakat desa

setempat.

Dari 1 kg bersih abon pepaya yang diproduksi, penulis membaginya per 100 gram dan mengemasnya menjadi 10 paket (*standing pouch*). Kegiatan *branding*, *packaging*, dan *labeling* produk untuk setiap 1 kg bersih abon pepaya atau 10 *pouch* 'ABOYA' ini mengeluarkan biaya sebesar Rp. 5.000,-. Ini artinya bahwa untuk menyiapkan 10 *pouch* 'ABOYA', yang mana setiap kemasannya memuat *merk*, berlabel stiker, dan berisi 100 gram abon pepaya, dibutuhkan total biaya sebesar Rp. 30.000,- (di luar biaya pemasaran) dengan rincian Rp. 25.000,- untuk biaya produksi 1 kg bersih abon pepaya ditambah Rp. 5.000,- untuk biaya *branding*, *packaging*, dan *labeling* produk.

Sesudah kegiatan *branding*, *packaging*, dan *labeling* produk dilakukan, penulis mengadakan percobaan penjualan 'ABOYA', baik secara langsung (*offline*) kepada penduduk Desa Sidamulya maupun tidak langsung melalui media internet/ *digital marketing* dengan memanfaatkan aplikasi jual-beli *online*, seperti 'Shopee' dan 'Lazada'. Dengan menetapkan/ memberi harga Rp. 5.000,- per paket (*standing pouch*), penulis berhasil menjual semua (10) *pouch* 'ABOYA' yang diproduksinya, baik dengan menjualnya secara langsung (*offline*) sebanyak 5 *pouch* maupun dengan menjualnya melalui *digital marketing* sebanyak 5 *pouch*, serta meraup omset sebesar Rp. 50.000,- dari penjualan tersebut. Kegiatan percobaan penjualan ini dilakukan penulis selama 2 hari pada tanggal 26 – 27 Juli 2025 di Dusun Mekarsari Desa Sidamulya dan disaksikan oleh 5 orang warga masyarakat desa setempat.

Dari omset penjualan 10 *pouch* atau 1 kg bersih 'ABOYA' di atas, penulis mendapatkan keuntungan/ laba bersih sebesar Rp. 20.000,-. Ini berarti bahwa 'ABOYA', yang merupakan produk hasil inovasi pengolahan pangan berbahan baku utama komoditas pertanian pepaya, dapat dijual dengan persentase margin keuntungan bersih (*net profit margin percentage*) sebesar 400% per 1 kilogram bersihnya, atau dengan kalimat lain, 1 kg bersih abon pepaya ('ABOYA') bernilai ekonomi 4 kali dari nilai ekonomi satu 'gelondongan' (1 buah) pepaya mentah lokal

seberat 1,25 kg yang hanya mempunyai harga jual Rp. 5.000,- (bahan baku utama pembuatan 1 kg bersih ‘ABOYA’).

Setelah kelima orang penduduk Desa Sidamulya, yang turut menyaksikan/ mengikuti seluruh rangkaian kegiatan eksperimen penulis dari awal hingga akhir (sebagaimana dipaparkan di atas), mengetahui besarnya manfaat yang bisa diperoleh dari hasil inovasi tersebut, maka mereka mengusulkan kepada penulis untuk mengadakan kegiatan serupa dengan *event* yang bersifat formal dan skala yang lebih besar/ luas yang mencakup/ menjangkau publik satu desa dengan menghadirkan, sekaligus melibatkan perwakilan kelompok tani dan pelaku UMKM yang ada di Desa Sidamulya. Usulan tersebut penulis apresiasi dan terima, sehingga kemudian penulis membuat program, berikut jenis kegiatan PkM yang desain/ rancangan metode pelaksanaannya disesuaikan dengan tema, fokus, tujuan, dan manfaat PkM yang telah direncanakan. Kegiatan persiapan (perencanaan) PkM yang terakhir ini dilakukan penulis selama 2 hari pada tanggal 27 – 28 Juli 2025 di Dusun Mekarsari Desa Sidamulya dan disaksikan oleh 5 orang warga masyarakat desa setempat.

Dari sekian banyak pilihan jenis metodologi pelaksanaan PkM yang menjadi referensi, penulis memilih *workshop* terkait inovasi pangan, sosialisasi terkait *digital marketing*, dan pendampingan untuk UMKM sebagai jenis metode pelaksanaan dan kegiatan PkM-nya karena dinilai paling cocok dan akomodatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal, khususnya kebutuhan petani dan pelaku UMKM di Desa Sidamulya, sekaligus relevan dengan tema, fokus, tujuan, serta manfaat PkM yang telah direncanakan. Adapun jenis kegiatan *workshop* dan pendampingan UMKM terkait inovasi pangan, penulis kemas sebagai representasi dari program PkM yang diberi nama Program Swadaya Inovatif di Bidang Agribisnis, sedangkan kegiatan sosialisasi dan pendampingan UMKM terkait *digital marketing* dikemas sebagai representasi dari Program Swadaya Inovatif di Bidang Pemasaran.

3. Capaian pada tahap pelaksanaan
 - a. *Workshop* inovasi pangan dan sosialisasi *digital marketing*

Penyelenggaraan *event Workshop* Inovasi Pangan dan Sosialisasi *Digital Marketing*, yang masing-masing kegiatannya diberi nama ‘Program Swadaya Inovatif di Bidang Agribisnis: Strategi Meningkatkan Nilai Jual Produk Melalui Inovasi Pengolahan Komoditas Pertanian Berbasis *Home Industry*’ dan ‘Program Swadaya Inovatif di Bidang Pemasaran: Pemberdayaan Masyarakat Melalui *Workshop Digital Marketing* Berbasis Pemanfaatan Aplikasi Jual-Beli *Online* untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM’ ini, mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat Desa Sidamulya. Dua kegiatan dalam satu *event*, yang mana diinisiasi dan diampu secara mandiri (swadaya) oleh penulis tersebut, sedikitnya dihadiri oleh 30 orang peserta dari perwakilan kelompok tani dan pelaku UMKM desa setempat.

Besarnya antusiasme seluruh peserta dalam mengikuti *event* ini dari awal sampai akhir, tingginya keaktifan para peserta untuk bertanya-jawab selama *event* berlangsung, dan kuatnya minat mereka untuk mempraktikkan keterampilan yang diperoleh dari *event* tersebut ke depannya, telah menuai banyak respon/ testimoni positif dari warga masyarakat dan *stakeholders* lokal, sekaligus mendapat apresiasi yang tinggi dari pemerintah Desa Sidamulya. Melalui dua kegiatan swadaya inovatif tersebut, masyarakat lokal yang terlibat, terutama para petani dan pelaku UMKM yang menjadi pesertanya, memperoleh banyak manfaat, di antaranya yaitu:

- Bertambahnya pengetahuan/ wawasan mereka tentang inovasi pengolahan pangan berbahan utama komoditas pertanian, seperti buah pepaya yang ternyata bisa diolah menjadi produk kuliner berbentuk abon yang per kilonya mempunyai harga jual jauh lebih tinggi dibanding harga per kilo komoditas aslinya (pepaya);
- Meningkatnya kemampuan mereka dalam mengelola potensi lokal yang tersedia secara lebih efektif;
- Bertambahnya keterampilan mereka dalam hal kemampuan melakukan pemasaran produk barang dan jasa dengan

memanfaatkan aplikasi jual-beli *online* ternama, seperti ‘Shopee’ dan ‘Lazada’;

- Terdorongnya mereka untuk melakukan inovasi sejenis, merintis usaha/ bisnis baru di bidang Agribisnis, ataupun mengembangkan usaha/ bisnis yang sudah mereka jalankan secara lebih mandiri.

b. Pendampingan UMKM

Setelah mengadakan *workshop* inovasi pangan dan sosialisasi *digital marketing*, penulis melakukan pendampingan UMKM di Desa Sidamulya. Kegiatan ini ditujukan secara khusus bagi para pelaku UMKM lokal berjenis *home industry* kuliner yang berjumlah 10 buah, yang mana mulai memproduksi abon pepaya dan menjual/ membisniskan produknya masing-masing secara *online* melalui aplikasi jual-beli ‘Shopee’ dan ‘Lazada’ pasca *workshop* dan sosialisasi. Pendampingan UMKM terkait produksi abon pepaya dilaksanakan dalam kurun waktu 14 (empat belas) hari atau 2 minggu pada tanggal 30 Juli – 12 Agustus 2025, sedangkan pendampingan UMKM terkait pemasaran/ penjualan *online* abon pepaya dilaksanakan dalam kurun waktu 18 (delapan belas) hari pada tanggal 13 – 30 Agustus 2025. Dari kegiatan pendampingan UMKM yang penulis lakukan, saat ini abon pepaya yang diproduksi oleh salah satu UMKM lokal telah menjadi salah satu produk pangan unggulan dan *icon* kuliner di Desa Sidamulya.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan PkM di Desa Sidamulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap, masyarakat menyadari, sekaligus memahami penting dan perlunya inovasi, serta kreativitas dalam pengelolaan potensi hasil alam. Dari upaya meningkatkan nilai jual komoditas pertanian melalui inovasi pengolahan pangan (pembuatan abon pepaya) berbasis *home industry* yang diwujudkan dalam bentuk pelaksanaan kegiatan *workshop* inovasi pangan, sosialisasi *digital marketing*, dan pendampingan UMKM yang telah dilaksanakan, diharapkan masyarakat memperoleh/ memiliki kompetensi



dalam bentuk *innovative knowledge and skill* yang menjadi salah satu bekal atau modal dalam mengembangkan pola pikir, potensi sumber daya lokal yang ada, dan usaha/ bisnis yang mereka jalankan dengan lebih produktif dan mandiri, serta berkemampuan untuk mengupayakan solusi atas terjadinya penurunan harga jual komoditas pertanian, khususnya pepaya.

DAFTAR PUSTAKA

Pemerintah Desa Sidamulya Kecamatan Wanareja, Tipologi Umum Desa, Dokumen Monografi Desa Sidamulya Tahun 2025.

Salsabila, E., dkk. Analisis Kelayakan Bisnis: Studi Perbandingan Dampak Sosial-Ekonomi UMKM di Perkotaan dan Perdesaan, *Jurnal Intelek Insan Cendikia (JIIC)*, Vol. 2, No. 5 (Mei 2025), hlm. 8.250-8.252. Diakses tanggal 7 Agustus 2025 pukul 09.37 WIB dari <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/3295/3425>

Sutiati, S. dan Kurnia, T. Inovasi Olahan Pepaya (Abon Pepaya) Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kampung Mekarjaya Desa Padamulya Kecamatan Pasir Kuda Kabupaten Cianjur, *Jurnal Pengabdian Masyarakat: ALMUJTAMAE*, Vol. 1, No. 1 (April 2021), hlm. 47. Diakses tanggal 8 Agustus 2025 pukul 09.40 WIB dari <https://ojs.unida.ac.id/almujtamae/article/view/2909/2744>

Suyanti, dkk. Produk Diversifikasi Olahan untuk Meningkatkan Nilai Tambah dan Mendukung Pengembangan Buah Pepaya (*Carica Papaya L.*) di Indonesia, *Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pasca Panen Pertanian: Buletin Teknologi Pasca Panen Pertanian*, Vol. 8, No. 2 (2012), hlm. 68. Diakses tanggal 8 Agustus 2025 pukul 10.32 WIB dari <https://repository.pertanian.go.id/server/api/core/bitstreams/8957c342-ba3f-4e87-a942-2d7b84ff408f/content>

Tim PkM Sidamulya - INSIMA, Data Hasil Survei Lapangan dan Rumusan Potensi Desa, Dokumen Rincian Program Kerja KKN XV INSIMA Kelompok Sidamulya, Juli 2025.

Wiranto, J. "Wow! Infografis Peta Ekonomi Indonesia 2025: Bagaimana Koperasi dan UMKM Mendominasi?". Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 13 Mei 2025. Diakses tanggal 7 Agustus 2025 pukul 08.05 WIB dari <https://alokop.id/peta-ekonomi-indonesia-2025-umkm-koperasi/>