

Pemberdayaan Ibu PKK Berbasis Potensi Lokal melalui Inovasi Produk Es Jagung dan Lumpia Ubi Ungu di Desa Ngimbang

^{1*}Dwi Aminatus Sa'adah, ²Misbahul Huda, ³Agus Fathoni Prasetyo, ⁴Anikmah

^{1,3,4}Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD), Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban, Jl. Manunggal No.10 - 12, Sukolilo, Kec. Tuban, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, Indonesia. Kode Pos: (62382)

²Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban, Jl. Manunggal No.10 - 12, Sukolilo, Kec. Tuban, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, Indonesia. Kode Pos: (62382)

*Email Koresponding penulis: dwiaminatussaadah@gmail.com

Abstrak

Informasi Artikel

Diunggah: 30 Juni 2026;

Direvisi: 12 Juli 2026;

Diterima: 13 Juli 2026;

Dipublikasikan: 14 Juli 2026.

Kata Kunci

Es Jagung; Lumpia Ubi; PKK; Penguatan Ekonomi

Desa Ngimbang, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban memiliki potensi pertanian yang besar, khususnya pada komoditas jagung dan ubi ungu yang berpotensi dikembangkan menjadi produk olahan bernilai ekonomi tinggi. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena sebagian besar hasil panen masih dijual dalam bentuk mentah dengan nilai jual rendah. Selain itu, masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, masih menghadapi keterbatasan dalam inovasi produk, pengemasan, branding, dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas kewirausahaan ibu-ibu PKK melalui pendampingan bisnis terpadu, yang tidak hanya berfokus pada pelatihan pembuatan produk olahan, tetapi juga mencakup pendampingan pengemasan, branding, pemasaran digital, serta penguatan keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) dengan pendekatan partisipatif melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan pada April-Juni 2026 di Balai Desa Ngimbang dengan melibatkan 12 ibu-ibu PKK sebagai peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pengolahan produk, pengemasan, branding, dan pemasaran digital, yang dibuktikan dengan peningkatan rata-rata skor *pre-test* dari 56,4 menjadi 88,7 pada *post-test*, atau meningkat sebesar 57,3%. Selain itu, peserta berhasil menghasilkan produk es jagung dan lumpia ubi ungu yang memiliki kemasan dan identitas merek yang lebih menarik serta mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Program ini memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat, penguatan ketahanan pangan berbasis potensi lokal, serta peningkatan peran perempuan dalam mendukung kesejahteraan keluarga.

Abstract

Article History

Submitted: 30 June 2026;

Revised: 12 July 2026;

Received: 13 July 2026;

Published: 14 July 2026.

Ngimbang Village in Palang District, Tuban Regency, possesses significant agricultural potential particularly regarding corn and purple sweet potato which could be developed into high-value processed products. However, this potential remains underutilized, as most harvests are sold in their raw state at low prices. Furthermore, the community specifically members of the PKK (Family Welfare Empowerment) group faces limitations regarding product innovation, packaging, branding, and digital marketing. This

Keywords

Sweet Corn Ice Drink; Sweet Potato Spring Rolls; PKK; Economic Strengthening

community service initiative aims to enhance the knowledge, skills, and entrepreneurial capacity of PKK members through integrated business mentoring. This support focuses not only on training for processed product creation but also encompasses guidance on packaging, branding, digital marketing, and strengthening business sustainability based on local resources. The initiative employs the Participatory Action Research (PAR) method, utilizing a participatory approach across three stages: preparation, implementation, and evaluation. Activities took place from April to June 2026 at the Ngimbang Village Hall, involving 12 PKK members as participants. Results indicate an improvement in participants' knowledge and skills regarding product processing, packaging, branding, and digital marketing; this is evidenced by a rise in the average score from 56.4 in the pre-test to 88.7 in the post-test – an increase of 57.3%. Additionally, participants successfully produced corn-based ice drinks and purple sweet potato spring rolls featuring attractive packaging and brand identities, while also beginning to utilize digital media for promotion. The program has positively impacted community economic empowerment, strengthened food security based on local potential, and enhanced the role of women in supporting family well-being.

Cara Pengutipan: Sa'adah, D. A., Huda, M., Prasetyo, A. F., & Anikmah. (2026). Pemberdayaan ibu PKK berbasis potensi lokal melalui inovasi produk es jagung dan lumpia ubi ungu di Desa Ngimbang. *Bhakti Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 58–71.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di wilayah pedesaan. Pertanian tidak hanya berfungsi sebagai penyedia bahan pangan, tetapi juga sebagai sumber utama pendapatan masyarakat pedesaan dan penggerak pembangunan ekonomi lokal (Badan Pusat Statistik, 2024; Kementerian Pertanian, 2024). Di Indonesia, komoditas pertanian lokal seperti jagung dan ubi ungu memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai sumber pangan alternatif sekaligus bahan baku produk olahan bernilai ekonomi tinggi. Jagung merupakan salah satu komoditas pangan utama setelah padi yang kaya akan karbohidrat, serat, vitamin, dan mineral sehingga berpotensi menjadi pangan alternatif yang mendukung diversifikasi pangan nasional (Suarni & Yasin, 2015; Suryana, 2020). Selain sebagai bahan pangan pokok, jagung juga memiliki potensi ekonomi tinggi apabila diolah menjadi produk inovatif yang memiliki nilai tambah. Sementara itu, ubi ungu merupakan komoditas lokal yang kaya akan antosianin, yaitu senyawa antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan dan berpotensi dikembangkan menjadi berbagai produk pangan fungsional (Ginting et al., 2019; Handayani et al., 2021).

Pengembangan pangan lokal berbasis hasil pertanian menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong ketahanan pangan sekaligus pemberdayaan ekonomi masyarakat. Menurut Rahmawati et al. (2021), inovasi pengolahan pangan lokal dapat meningkatkan nilai ekonomi produk hingga dua kali lipat dibandingkan penjualan hasil panen dalam bentuk mentah. Pengolahan hasil pertanian menjadi produk siap konsumsi juga membuka peluang usaha baru bagi masyarakat desa, khususnya kelompok perempuan dan ibu rumah tangga (Ife, 2016; Wulandari et al., 2022).

Kabupaten Tuban merupakan salah satu sentra produksi jagung di Jawa Timur yang memiliki kontribusi besar terhadap ketahanan pangan daerah maupun nasional. Berdasarkan data Kementerian Pertanian tahun 2024, Kabupaten Tuban menjadi salah satu daerah penghasil jagung terbesar dengan luas panen mencapai 46.114 hektare

pada periode Januari hingga Maret. Kecamatan Palang sebagai salah satu wilayah di Kabupaten Tuban juga memiliki potensi pertanian yang besar dengan luas tanam jagung mencapai 4.645 hektare. Di Desa Ngimbang sendiri, luas panen jagung tercatat sebesar 517 hektare dengan rata-rata produktivitas mencapai 7 ton per hektare. Selain jagung, ubi ungu juga menjadi salah satu komoditas yang dibudidayakan masyarakat Desa Ngimbang dengan luas lahan sekitar per 1 hektare dan estimasi produksi mencapai 25–30 ton setiap musim panen. Data tersebut menunjukkan bahwa Desa Ngimbang memiliki potensi besar dalam pengembangan komoditas jagung dan ubi ungu sebagai basis pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui diversifikasi produk olahan.

Desa Ngimbang, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi hasil pertanian cukup besar, khususnya pada komoditas jagung dan ubi ungu. Ketersediaan lahan yang memadai serta kondisi lingkungan yang mendukung menjadikan kedua komoditas tersebut sebagai hasil pertanian unggulan masyarakat setempat. Namun demikian, potensi besar ini belum dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan masyarakat desa, sebagian besar hasil panen jagung masih dijual dalam bentuk mentah kepada tengkulak dengan harga berkisar antara Rp4.000–Rp10.000/kg, sedangkan ubi ungu dijual dengan harga sekitar Rp8.000–Rp20.000/kg, bergantung pada kualitas dan musim panen. Harga jual yang relatif rendah tersebut menyebabkan nilai tambah hasil pertanian belum dapat dinikmati secara optimal oleh masyarakat karena komoditas dipasarkan tanpa melalui proses pengolahan. Kondisi ini menyebabkan pendapatan masyarakat sangat bergantung pada fluktuasi harga komoditas dan belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga.

Permasalahan lain yang dihadapi masyarakat Desa Ngimbang adalah minimnya inovasi dalam pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah. Selain itu, masyarakat masih memiliki keterbatasan dalam aspek pengemasan produk, *branding*, legalitas usaha, serta strategi pemasaran modern berbasis digital. Hasil studi pendahuluan juga menunjukkan bahwa sebagian besar produk olahan rumah tangga belum memiliki legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT), maupun sertifikasi halal, sehingga peluang pemasaran masih terbatas pada pasar lokal. Pengolahan dan pemasaran produk masih dilakukan secara tradisional sehingga daya saing produk lokal belum berkembang secara maksimal. Sari dan Nugroho (2022) menyebutkan bahwa kelemahan utama UMKM pangan lokal di pedesaan terletak pada aspek inovasi produk, *branding*, dan *digital marketing*. Padahal, inovasi produk, legalitas usaha, *branding*, dan pemasaran digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, serta menjamin keberlanjutan usaha di era ekonomi digital (Kotler et al., 2021; Hidayat et al., 2023).

Salah satu kelompok masyarakat yang memiliki potensi besar untuk diberdayakan adalah ibu-ibu PKK Desa Ngimbang. Berdasarkan hasil identifikasi awal, terdapat 12 ibu PKK yang menjadi subjek dampingan dalam kegiatan ini. Sebagian besar merupakan ibu rumah tangga yang belum memiliki aktivitas ekonomi produktif secara tetap. Meskipun demikian, mereka menunjukkan motivasi tinggi

untuk mengembangkan keterampilan baru, khususnya dalam bidang pengolahan pangan dan kewirausahaan. Lestari et al. (2020) menyebutkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui pelatihan keterampilan berbasis potensi lokal mampu meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga dan memperkuat ekonomi masyarakat desa. Hal ini juga sejalan dengan laporan UN Women (2022) yang menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi perempuan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan.

Beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya telah dilakukan terkait pengolahan jagung dan ubi ungu. Pramono et al. (2020) menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan jagung seperti susu jagung dan nugget jagung mampu meningkatkan keterampilan masyarakat dan mendorong pertumbuhan UMKM desa. Selanjutnya, Taufieq et al. (2024) menemukan bahwa pelatihan pengolahan ubi ungu pada ibu rumah tangga mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang diversifikasi pangan lokal sekaligus membuka peluang usaha rumahan. Penelitian lain oleh Febriani et al. (2025) menjelaskan bahwa inovasi produk lumpia ubi ungu efektif dalam meningkatkan daya tarik pasar dan nilai jual produk UMKM berbasis pangan lokal.

Meskipun demikian, sebagian besar program pengabdian sebelumnya masih berfokus pada pelatihan produksi atau inovasi produk saja. Pendampingan yang terintegrasi mulai dari pengolahan produk, pengemasan, *branding*, legalitas produk, hingga pemasaran digital masih relatif terbatas. Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) dari kegiatan pengabdian ini terletak pada pendekatan pendampingan bisnis terpadu yang tidak hanya berfokus pada pelatihan pembuatan produk olahan berupa es jagung dan lumpia ubi ungu, tetapi juga memberikan pendampingan dalam aspek *branding*, pengemasan produk, penguatan legalitas usaha, serta pemasaran digital dan *marketplace* sehingga mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya pemberdayaan ibu-ibu PKK Desa Ngimbang melalui pelatihan pengolahan jagung dan ubi ungu menjadi produk olahan bernilai jual tinggi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah hasil pertanian lokal, mendorong terbentuknya usaha mikro berbasis potensi desa, meningkatkan kualitas kemasan dan branding produk, serta memperluas pemasaran melalui pemanfaatan media sosial dan *marketplace*.

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi peningkatan keterampilan masyarakat dalam pengolahan hasil pertanian, tumbuhnya kelompok usaha produktif berbasis komoditas lokal, serta meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pemanfaatan pangan lokal yang sehat dan bergizi. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Ruang lingkup kegiatan pengabdian ini mencakup pelatihan pengolahan produk olahan berbasis jagung dan ubi ungu, pendampingan pengemasan dan branding produk, serta pengenalan strategi pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan

di Desa Ngimbang, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban dengan sasaran utama ibu-ibu PKK sebagai subjek dampingan.

Kegiatan pengabdian ini relevan dengan kebutuhan nyata masyarakat Desa Ngimbang dalam meningkatkan nilai tambah hasil pertanian lokal dan memperkuat ekonomi keluarga. Program ini juga sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya tujuan 1 (Tanpa Kemiskinan), tujuan 5 (Kesetaraan Gender), tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), serta tujuan 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab) (*United Nations, 2023*). Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan masyarakat dan pembangunan ekonomi yang inklusif serta berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, yaitu pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan tindakan, refleksi, dan penyempurnaan program secara berkelanjutan. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong keterlibatan langsung masyarakat sasaran, khususnya ibu-ibu PKK Desa Ngimbang, dalam setiap tahapan kegiatan sehingga program yang dilaksanakan lebih sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat (Faradesi et al., 2025; Kemmis et al., 2014; Kindon et al., 2017). Berbeda dengan pendekatan yang bersifat linear, PAR dalam kegiatan ini dilaksanakan melalui siklus *Plan-Act-Reflect* yang berlangsung secara berulang. Pada tahap *Plan*, tim bersama peserta mengidentifikasi potensi lokal, permasalahan yang dihadapi, serta menyusun rencana kegiatan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan diskusi kelompok. Tahap *Act* diwujudkan melalui pelaksanaan pelatihan dan pendampingan bisnis terpadu yang meliputi pengolahan produk, pengemasan, *branding*, pemasaran digital, serta penguatan pemahaman mengenai legalitas usaha. Selanjutnya, pada tahap *Reflect*, tim pelaksana bersama peserta melakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta menyusun rencana tindak lanjut sebagai dasar penyempurnaan program pada siklus berikutnya. Dengan demikian, proses pemberdayaan berlangsung secara partisipatif, adaptif, dan berkelanjutan.

Desain kegiatan pengabdian berbentuk pelatihan dan pendampingan bisnis terpadu berbasis pemberdayaan masyarakat dengan fokus pada penguatan keterampilan pengolahan hasil pertanian lokal berupa jagung dan ubi ungu menjadi produk olahan bernilai ekonomi tinggi, yaitu es jagung dan lumpia ubi ungu. Selain pelatihan produksi, kegiatan ini juga mencakup pendampingan dalam pengemasan produk, *branding*, pemasaran digital, dan penguatan legalitas usaha sebagai upaya meningkatkan daya saing produk berbasis potensi lokal (Mardikanto, 2014; Chambers, 2017). Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama tiga bulan, mulai April hingga Juni 2026.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui siklus PAR. Pada tahap *Plan*, dilakukan identifikasi masalah dan analisis kebutuhan masyarakat sasaran melalui observasi lapangan, wawancara, dan diskusi bersama perangkat desa serta pengurus PKK Desa Ngimbang. Tahap ini bertujuan untuk memetakan potensi lokal desa

sekaligus mengidentifikasi permasalahan utama dalam pemanfaatan hasil pertanian. Kegiatan yang dilakukan meliputi observasi kondisi masyarakat dan potensi hasil pertanian desa, pengumpulan data mengenai komoditas jagung dan ubi ungu, penyusunan rancangan kegiatan, koordinasi dengan Kepala Desa dan pengurus PKK Desa Ngimbang, serta penyusunan jadwal pelaksanaan. Pada tahap *Act*, kegiatan diawali dengan sosialisasi program, dilanjutkan edukasi mengenai potensi ekonomi jagung dan ubi ungu, pelatihan praktik pembuatan es jagung dan lumpia ubi ungu, pendampingan pengemasan produk, *branding*, pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*, serta pengenalan aspek legalitas usaha. Selanjutnya, pada tahap *Reflect*, dilakukan evaluasi dan refleksi bersama peserta untuk mengidentifikasi keberhasilan, kendala, dan rekomendasi perbaikan sebagai dasar penyempurnaan program pada siklus berikutnya.

Teknik yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi sosialisasi, edukasi, pelatihan praktik langsung, pendampingan, dan refleksi partisipatif. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman awal mengenai potensi hasil pertanian lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi tinggi. Edukasi diberikan untuk meningkatkan pengetahuan peserta mengenai nilai tambah produk olahan pangan lokal. Pelatihan praktik langsung bertujuan meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat es jagung dan lumpia ubi ungu, sedangkan pendampingan dilakukan untuk membantu peserta dalam proses produksi, pengemasan, *branding*, pemasaran digital, serta penguatan legalitas usaha. Pendekatan partisipatif diterapkan agar peserta tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan refleksi program.

Pelaksanaan kegiatan didukung oleh berbagai sumber daya, baik sumber daya manusia maupun sarana pendukung. Sumber daya manusia terdiri atas tim PKM dosen, mahasiswa, perangkat desa, dan pengurus PKK yang berperan aktif dalam pelaksanaan kegiatan. Sarana dan prasarana yang digunakan meliputi ruang pelatihan, alat memasak, bahan baku jagung dan ubi ungu, serta alat pendukung pengemasan produk. Dana kegiatan dimanfaatkan untuk mendukung operasional pelatihan, konsumsi, transportasi, bahan praktik, dan dokumentasi kegiatan. Keterlibatan aktif masyarakat menjadi salah satu faktor utama dalam mendukung keberhasilan program.

Kelompok sasaran kegiatan adalah ibu-ibu PKK Desa Ngimbang, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Jumlah peserta yang terlibat sebanyak 12 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan subjek berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan kegiatan (Sugiyono, 2022). Kriteria peserta meliputi ibu-ibu PKK yang berdomisili di Desa Ngimbang, memiliki minat dalam pengolahan pangan atau usaha rumahan, bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, serta belum pernah memperoleh pendampingan bisnis sejenis. Jumlah 12 peserta ditetapkan berdasarkan hasil identifikasi bersama pemerintah desa dan pengurus PKK sebagai anggota yang paling aktif, memiliki komitmen mengikuti seluruh tahapan program, serta diharapkan mampu menjadi agen penggerak dalam mengembangkan usaha berbasis pangan lokal dan menularkan pengetahuan kepada anggota PKK lainnya setelah kegiatan selesai.

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui efektivitas program pengabdian dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta mengenai pengolahan hasil pertanian, pengemasan produk, *branding*, pemasaran digital, dan aspek dasar legalitas usaha. Instrumen yang digunakan berupa tes pengetahuan yang terdiri atas 20 butir soal yang disusun berdasarkan materi pelatihan dan telah direviu oleh tim pelaksana agar sesuai dengan tujuan kegiatan. Setiap jawaban benar diberi skor 1 dan jawaban salah diberi skor 0. Skor masing-masing peserta kemudian dikonversi ke dalam skala 0–100 dengan rumus:

$$\text{Nilai} = (\text{Jumlah jawaban benar} / 20) \times 100$$

Pre-test dilaksanakan sebelum peserta mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan untuk memperoleh gambaran kemampuan awal peserta, sedangkan *post-test* diberikan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai untuk mengukur peningkatan pengetahuan yang diperoleh selama program berlangsung. Nilai *pre-test* dan *post-test* setiap peserta kemudian dihitung rata-ratanya dan dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan nilai rata-rata sebelum dan sesudah kegiatan serta menghitung persentase peningkatan pengetahuan peserta.

Evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan refleksi bersama peserta untuk menilai peningkatan keterampilan praktik, partisipasi, motivasi berwirausaha, serta kemampuan peserta dalam menerapkan hasil pendampingan pada proses pengolahan produk, pengemasan, *branding*, pemasaran digital, dan penguatan legalitas usaha. Hasil evaluasi tersebut menjadi bahan refleksi dalam siklus *Plan-Act-Reflect* pada pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) sebagai dasar penyusunan rekomendasi perbaikan dan keberlanjutan program (Stufflebeam & Coryn, 2014).

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini didukung oleh keterlibatan berbagai *stakeholder*. Tim PKM dosen berperan sebagai perancang, fasilitator, pelaksana, evaluator, dan penyusun laporan kegiatan. Mahasiswa berperan sebagai pendamping teknis selama kegiatan berlangsung. Kepala Desa Ngimbang berperan sebagai mitra dalam koordinasi dan dukungan program, sedangkan pengurus PKK Desa Ngimbang menjadi penghubung antara tim pelaksana dan peserta. Ibu-ibu PKK berperan sebagai subjek utama sekaligus penerima manfaat kegiatan. Kolaborasi antar- *stakeholder* menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan program serta keberlanjutan hasil pemberdayaan masyarakat (Bryson et al., 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema pelatihan dan pendampingan bisnis terpadu pembuatan es jagung dan lumpia ubi ungu lumer bagi ibu-ibu PKK Desa Ngimbang telah dilaksanakan pada tanggal 04 Mei 2026 di Balai Desa Ngimbang, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban. Kegiatan ini diikuti oleh 12 peserta yang merupakan anggota PKK Desa Ngimbang. Pelaksanaan kegiatan berlangsung secara aktif dan partisipatif, di mana seluruh peserta mengikuti rangkaian kegiatan mulai dari sosialisasi, pelatihan praktik, hingga pendampingan

pengemasan, branding, pemasaran digital, dan penguatan pemahaman mengenai legalitas usaha.

Keberhasilan program diukur melalui pelaksanaan *pre-test* sebelum kegiatan dan *post-test* setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta mengenai pengolahan hasil pertanian, pengemasan produk, branding, pemasaran digital, dan dasar legalitas usaha. Rata-rata nilai peserta meningkat dari 56,4 pada saat *pre-test* menjadi 88,7 pada saat *post-test*, atau mengalami peningkatan sebesar 57,3%, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Perbandingan Nilai Pre-test dan Post-test Peserta

Indikator	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	Peningkatan
Rata-rata nilai peserta	56,4	88,7	57,3%

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pendampingan bisnis terpadu yang diterapkan mampu meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai teknik pengolahan es jagung dan lumpia ubi ungu, tetapi juga memahami aspek pengemasan, branding, pemasaran digital, serta pentingnya legalitas usaha sebagai pendukung pengembangan usaha mikro. Temuan ini sejalan dengan *teori experiential learning* yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman langsung lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta dibandingkan pembelajaran yang hanya bersifat teoritis (Kolb, 2015). Selain itu, hasil tersebut menunjukkan efektivitas pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) karena peserta terlibat secara aktif dalam setiap siklus perencanaan (*plan*), pelaksanaan tindakan (*act*), dan refleksi (*reflect*).

Setelah terjadi peningkatan pengetahuan peserta, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan praktik dan pendampingan sebagai implementasi hasil pembelajaran. Pada tahap awal, tim PKM memberikan sosialisasi mengenai potensi hasil pertanian lokal berupa jagung dan ubi ungu yang dapat dikembangkan menjadi produk olahan bernilai ekonomi lebih tinggi. Materi yang disampaikan mencakup manfaat ekonomis pengolahan pascapanen, peluang usaha berbasis pangan lokal, serta pentingnya inovasi produk dalam meningkatkan daya saing di pasar (Porter, 1998; Mardikanto, 2014). Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya pengolahan hasil pertanian sebagai upaya meningkatkan nilai tambah komoditas lokal. Selanjutnya peserta mengikuti pelatihan praktik pembuatan es jagung dan lumpia ubi ungu lumer mulai dari persiapan bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga penyajian produk.

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan, seluruh peserta mampu mengikuti setiap tahapan praktik dengan baik dan menghasilkan produk yang layak konsumsi serta memiliki potensi untuk dipasarkan. Hasil praktik menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah. Selain mampu memproduksi kedua produk secara mandiri, peserta juga mulai memahami teknik penyajian yang menarik, standar kebersihan produk, serta penggunaan kemasan yang lebih modern untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*) efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta melalui pengalaman belajar secara langsung, sebagaimana dijelaskan dalam *teori experiential learning* (Kolb, 2015). Keberhasilan kegiatan ini juga sejalan dengan konsep

pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas individu dan kelompok agar mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara mandiri dan berkelanjutan (Ife, 2016; Zimmerman, 2000). Dokumentasi pelaksanaan pelatihan dan produk yang dihasilkan peserta disajikan pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Pelatihan praktik pembuatan es jagung dan lumpia ubi ungu lumer.



Gambar 2. Ibu-Ibu PKK Menikmati Es Jagung

Selain pelatihan produksi, kegiatan PKM juga memberikan pendampingan mengenai desain kemasan, branding, pemasaran digital, dan penguatan pemahaman mengenai legalitas usaha. Tim PKM membantu peserta menyusun identitas produk, membuat desain label kemasan, serta mengenalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk. Desain kemasan yang dihasilkan menjadi salah satu luaran nyata program sebagai media promosi awal produk UMKM Desa Ngimbang. Pendampingan ini menunjukkan bahwa program tidak berhenti pada pelatihan

produksi, tetapi berkembang menjadi pendampingan bisnis terpadu yang bertujuan meningkatkan kesiapan peserta dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal.

Dari perspektif ekonomi kreatif, pengolahan jagung dan ubi ungu menjadi es jagung dan lumpia ubi ungu lumer merupakan bentuk inovasi berbasis potensi lokal yang mampu meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Sebelum adanya program ini, sebagian besar hasil panen dijual dalam bentuk mentah dengan harga berkisar Rp4.000–Rp10.000/kg untuk jagung dan Rp8.000–Rp20.000/kg untuk ubi ungu berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan petani serta pengurus PKK Desa Ngimbang. Setelah diolah menjadi produk siap jual, kedua komoditas memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi sehingga membuka peluang peningkatan pendapatan masyarakat.

Simulasi sederhana mengenai Harga Pokok Produksi (HPP) menunjukkan bahwa biaya produksi es jagung sebanyak sepuluh cup sebesar Rp65.000 dengan estimasi laba Rp35.000 per proses produksi, sedangkan lumpia ubi ungu sebanyak dua puluh buah memiliki total biaya produksi Rp80.000 dengan estimasi laba Rp60.000 per proses produksi sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Simulasi Harga Pokok Produksi (HPP) dan Estimasi Keuntungan Produk

Komponen	Es Jagung (10 cup)	Lumpia Ubi Ungu (20 pcs)
Biaya bahan baku	Rp55.000	Rp65.000
Biaya kemasan	Rp10.000	Rp15.000
Total HPP	Rp65.000	Rp80.000
HPP per produk	Rp6.500/cup	Rp4.000/pcs
Harga jual	Rp10.000/cup	Rp7.000/pcs
Laba per produk	Rp3.500	Rp3.000
Estimasi laba per produksi	Rp35.000	Rp60.000

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hilirisasi hasil pertanian melalui inovasi produk mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi dibandingkan penjualan bahan baku dalam bentuk mentah. Temuan ini mendukung konsep *value added* yang dikemukakan Hayami et al. (1987) serta konsep ekonomi kreatif yang menempatkan kreativitas dan inovasi sebagai faktor utama dalam menciptakan nilai ekonomi baru dari sumber daya lokal (Howkins, 2013; UNCTAD, 2022).

Kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap penguatan ketahanan pangan berbasis sumber daya lokal. Jagung sebagai sumber karbohidrat alternatif dan ubi ungu yang kaya antioksidan memiliki potensi besar untuk mendukung diversifikasi pangan masyarakat. Pengembangan produk olahan berbasis bahan lokal tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat, tetapi juga mendorong pola konsumsi pangan yang lebih sehat dan bergizi. Di sisi lain, keterlibatan ibu-ibu PKK sebagai kelompok sasaran utama menunjukkan pentingnya pemberdayaan perempuan dalam pembangunan ekonomi desa. Melalui kegiatan ini, perempuan tidak hanya berperan sebagai pengelola rumah tangga, tetapi juga sebagai agen produktif yang mampu berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan keluarga. Temuan ini sejalan dengan laporan UN Women (2022) dan pendapat Kabeer (1999) mengenai pentingnya pemberdayaan ekonomi perempuan dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan pembangunan yang inklusif.

Selama pelaksanaan program terdapat beberapa kendala, antara lain keterbatasan waktu pendampingan, rendahnya literasi digital sebagian peserta, serta

belum optimalnya pemahaman mengenai prosedur legalitas usaha dan pemasaran melalui marketplace. Kendala tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak dapat diselesaikan melalui pelatihan satu kali, melainkan memerlukan proses pendampingan yang berkelanjutan. Sesuai dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), setiap tahapan kegiatan diakhiri dengan proses refleksi (*reflect*) bersama peserta melalui diskusi, observasi, dan wawancara untuk mengidentifikasi capaian, hambatan, serta kebutuhan pengembangan program pada siklus berikutnya. Hasil refleksi menunjukkan bahwa peserta mengharapkan pendampingan lanjutan terutama dalam penyusunan desain kemasan yang lebih menarik, pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), penyusunan strategi pemasaran digital, serta pengelolaan secara berkelanjutan.

Dukungan aktif dari Pemerintah Desa Ngimbang, pengurus PKK, mahasiswa, dan tim PKM menjadi faktor penting yang memperkuat keberhasilan program. Kolaborasi tersebut menghasilkan luaran tidak hanya berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga terbentuknya embrio usaha mikro berbasis potensi lokal yang memiliki peluang untuk terus dikembangkan. Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat, penguatan ketahanan pangan berbasis komoditas lokal, peningkatan peran perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif, serta percepatan transformasi digital UMKM di tingkat desa

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti kegiatan PKM. Peserta tidak hanya memperoleh keterampilan baru dalam mengolah jagung dan ubi ungu menjadi produk bernilai jual, tetapi juga mulai memahami pentingnya inovasi, pengemasan, branding, dan pemasaran digital dalam mendukung keberlanjutan usaha. Hal ini selaras dengan konsep *digital marketing* yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat daya saing produk UMKM (Kotler et al., 2021; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Meskipun kegiatan ini berjalan dengan baik, terdapat beberapa tantangan selama pelaksanaan, seperti keterbatasan waktu pendampingan dan rendahnya literasi digital sebagian peserta. Namun demikian, antusiasme peserta dan dukungan dari pemerintah desa menjadi faktor pendukung utama keberhasilan kegiatan. Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan yang lebih intensif, khususnya dalam pengembangan branding produk, legalitas usaha, dan strategi pemasaran digital agar produk olahan berbasis jagung dan ubi ungu dapat berkembang menjadi usaha mikro yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Program ini tidak hanya berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat, tetapi juga mendukung penguatan ketahanan pangan, pemberdayaan perempuan, dan transformasi digital di tingkat desa.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui pelatihan dan pendampingan bisnis terpadu pengolahan jagung dan ubi ungu berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pola pikir ibu-ibu PKK Desa Ngimbang dalam mengembangkan hasil pertanian lokal menjadi produk bernilai tambah. Peserta tidak hanya mampu memproduksi es jagung dan lumpia ubi ungu lumer secara mandiri, tetapi juga memahami pentingnya pengemasan, branding, legalitas usaha, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk. Luaran nyata program meliputi produk olahan siap jual, desain kemasan dan identitas produk (*branding*), serta pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran awal. Kebaruan program terletak pada integrasi pelatihan produksi dengan pendampingan branding, pemasaran digital, dan penguatan pemahaman legalitas usaha dalam satu model pemberdayaan masyarakat. Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan yang berfokus pada standarisasi resep dan kualitas produk, pengembangan desain kemasan, pengurusan legalitas usaha (NIB, PIRT, dan sertifikasi halal), pencatatan keuangan sederhana, perhitungan harga jual, serta penguatan pemasaran digital secara berkelanjutan agar usaha berbasis potensi lokal dapat berkembang dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik Indonesia 2024.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Bloomberg, L. (2015). *Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management*. *Public Administration Review*, 74(4), 445–456. <https://doi.org/10.1111/puar.12238>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.)*. Pearson.
- Chambers, R. (2017). *Can we know better? Reflections for development*. Practical Action Publishing.
- Faradesi, A., Nurhadi, D., & Rahmawati, I. (2025). *Pendampingan usaha berbasis Participatory Action Research (PAR) dalam meningkatkan kapasitas UMKM pangan lokal*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia*, 6(1), 45–56.
- Febriani, D., Utami, R., & Sari, M. (2025). *Inovasi produk lumpia ubi ungu sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM pangan lokal*. *Jurnal Abdimas Nusantara*, 7(1), 33–44.
- Ginting, E., Yulifianti, R., & Jusuf, M. (2019). *Ubi jalar sebagai bahan pangan fungsional*. Balai Penelitian Tanaman Aneka Kacang dan Umbi.
- Han, J. H. (2025). *Innovations in Food Packaging (4th ed.)*. Academic Press.
- Handayani, D., Hidayat, N., & Widyaningsih, T. D. (2021). *Potensi antosianin ubi ungu sebagai pangan fungsional*. *Jurnal Pangan*, 30(2), 101–110.

- Hayami, Y., Kawagoe, T., Morooka, Y., & Siregar, M. (1987). *Agricultural marketing and processing in upland Java: A perspective from a Sunda village*. CGPRT Centre.
- Hidayat, R., Prasetyo, A., & Wijayanti, L. (2023). *Digital marketing dan legalitas usaha dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 145–156.
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas* (2nd ed.). Penguin Books.
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2025). *Social commerce: Trends, technologies, and consumer behavior*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 69, 101394.
- Ife, J. (2016). *Community development in an uncertain world: Vision, analysis and practice* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Kabeer, N. (1999). *Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment*. *Development and Change*, 30(3), 435–464. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2024). *Statistik Pertanian 2024*.
- Kindon, S., Pain, R., & Kesby, M. (2017). *Participatory action research approaches and methods: Connecting people, participation and place*. Routledge.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Lestari, S., Wulandari, R., & Hidayat, A. (2020). *Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 60–69.
- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility): Tanggung jawab sosial korporasi*. Alfabeta.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Pramono, A., Suryani, D., & Kurniawan, E. (2020). *Diversifikasi olahan jagung untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat desa*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3), 215–223.
- Rahmawati, D., Wibowo, A., & Sari, N. (2021). *Diversifikasi produk pangan lokal sebagai strategi peningkatan nilai tambah hasil pertanian*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 122–131.
- Sari, N., & Nugroho, A. (2022). *Penguatan branding dan digital marketing pada UMKM pangan berbasis potensi lokal*. *Jurnal Abdimas BSI*, 5(2), 220–231.

- Stufflebeam, D. L., & Coryn, C. L. S. (2014). *Evaluation theory, models, and applications* (2nd ed.). Jossey-Bass.
- Suarni, & Yasin, M. (2015). *Jagung sebagai sumber pangan fungsional*. Balai Penelitian Tanaman Serealia.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suryana, A. (2020). *Diversifikasi pangan berbasis sumber daya lokal menuju ketahanan pangan nasional*. Forum Penelitian Agro Ekonomi, 38(1), 1-14.
- Taufieq, N., Hidayah, S., & Wahyuni, D. (2024). *Pelatihan pengolahan ubi ungu sebagai produk pangan inovatif bagi kelompok wanita tani*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 9(1), 75-84.
- United Nations. (2023). *The Sustainable Development Goals Report 2023*. United Nations.
- UN Women. (2022). *Progress on the Sustainable Development Goals: The Gender Snapshot 2022*. UN Women.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. United Nations.
- Wulandari, S., Rahmawati, D., & Prasetyo, A. (2022). *Pengembangan usaha pangan lokal melalui inovasi produk dan pemberdayaan masyarakat desa*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 7(2), 134-145.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis*. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of Community Psychology* (pp. 43-63). Springer.