

Pengembangan ekosistem bisnis pedesaan melalui pengadaan komoditas olahan buah salak

Nenden Nur Annisa, Liesta Verawati, Edvi Gracia Ardani, Nanda Muhamad Wahyu Pratama, Alvin Muhamat Abdul Rohim

Program Studi Kewirausahaan, Universitas Widya Husada Semarang, Indonesia

Corresponding author : Nenden Nur Annisa

E-mail : Nendennurannisa@uwhs.ac.id

Diterima: 25 Agustus 2025 | Direvisi: 29 September 2025 | Disetujui: 29 September 2025 | Online: 29 September 2025
© Penulis 2025

Abstrak

Desa Girikerto merupakan salah satu desa di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, tepatnya dikecamatan Turi. Mayoritas masyarakat di Desa bermata pencaharian sebagai petani salak. Sejauh ini, hasil lokal masih belum sepenuhnya dikelola dan dirasakan manfaatnya bagi masyarakat Desa Girikerto. Petani buah salak umumnya menjual buah salak dalam bentuk segar kepada tengkulak atau ke pengepul di wilayah tersebut. Permasalahan pertama yang sering dihadapi adalah harga salak yang sangat fluktuatif. Pada saat musim panen raya (ada beberapa bulan seperti bulan agustus-september dan desember-januari) hasil salak pondoh melimpah di pasaran. Sehingga harga salak dapat turun drastis, kemudian para tengkulak membeli salak hanya dengan harga Rp. 1.000 – Rp. 2.000 per kg. Seiring berkembangnya teknologi serta kebutuhan yang ada dipasaran, maka dengan berinovasi dan kreativitas mengolah makanan milenial dari bahan salak merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para petani salak. Tujuan pengabdian ini adalah Melalui kegiatan pemanfaatan buah salak sebagai bahan baku dalam usaha maka wirausaha pada petani salak, serta memberikan pelatihan dan akses untuk petani memiliki branding dan kegiatan pemasaran secara digital diharapkan akan bisa membantu masyarakat setempat untuk meningkatkan pendapatan para petani dan keluarga. Metode pelaksanaan dengan melakukan sosialisasi, pelatihan pembuatan produk, digital marketing, workshop, pendampingan dan evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan pengabdian ini berupa produk olahan buah salak (Selai, Manisan, Asinan dan Sirup Salak) dan digital marketing (Intagram, Tik-Tok, Halaman Facebook, Shopee, Web Bisnis).

Kata kunci: pelatihan; petani salak; buah salak; inovasi; digital marketing.

Abstract

Girikerto Village is a village in Sleman Regency, Yogyakarta, specifically in the Turi sub-district. The majority of the village's residents earn their living as snake fruit farmers. To date, local produce has not been fully managed and its benefits felt by the Girikerto community. Snake fruit farmers generally sell fresh snake fruit to middlemen or collectors in the area. The first problem often faced is the highly fluctuating price of snake fruit. During the peak harvest season (several months such as August-September and December-January), the pondoh snake fruit is abundant in the market. As the price of snake fruit drops drastically, middlemen then buy snake fruit for only Rp. 1,000 - Rp. 2,000 per kg. With the development of technology and market demand, innovation and creativity in processing millennial foods from snake fruit is an opportunity that snake fruit farmers can capitalize on. The purpose of this community service is Through the activity of utilizing snake fruit as raw material in business, entrepreneurship in snake fruit farmers, as well as providing training and access for farmers to have branding and digital marketing activities is expected to be able to help local communities to increase the income of farmers and their families. The implementation method is by conducting socialization,

product making training, digital marketing, workshops, mentoring and evaluation of activities. The results of this community service activity are processed snake fruit products (Jam, Candied, Pickled and Snake Fruit Syrup) and digital marketing (Intagram, Tik-Tok, Facebook Page, Shopee, Business Web).

Keywords: training; salak fruit; salak farmers; innovation; digital marketing.

PENDAHULUAN

Kreatifitas dan inovatif sangat diperlukan pada zaman modern terkhusus untuk desa yang belum memiliki kreatifitas pada segi maupun salah satunya kreatifitas pemanfaatan dalam mengelola sumber daya alam di desa (Annisa, Ekowati: 2022). Wilayah perdesaan merujuk kepada daerah yang aktivitas utamanya adalah pertanian, termasuk pengelolaan sumber daya alam (Annisa dan Ekowati, 2021).

Pembangunan ekonomi berbasis lokal dapat dilakukan dengan cara meningkatkan nilai jual produk lokal sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Pemberdayaan bagi masyarakat penting dilaksanakan oleh akademisi untuk mengatasi permasalahan, meningkatkan produktifitas warga masyarakat, dan transfer ilmu pengetahuan maupun teknologi (Saugi, 2015).

Desa Girikerto merupakan salah satu desa di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, tepatnya dikecamatan Turi. Mayoritas masyarakat di Desa bermata pencaharian sebagai petani salak. Sejauh ini, hasil lokal masih belum sepenuhnya dikelola dan dirasakan manfaatnya bagi masyarakat Desa Girikerto (Ridwan et al., 2024). Desa Girikerto memiliki potensi besar guna untuk dikembangkan menjadi desa ekonomi kreatif berbasis digital. Petani buah salak umumnya menjual buah salak dalam bentuk segar kepada tengkulak atau ke pengepul di wilayah tersebut. Permasalahan pertama yang sering dihadapi adalah harga salak yang sangat fluktuatif. Pada saat musim panen raya (ada beberapa bulan seperti bulan agustus-september dan desember-januari) hasil salak pondoh melimpah di pasaran. Sehingga harga salak dapat turun drastis, kemudian para tengkulak membeli salak hanya dengan harga Rp. 1.000 – Rp. 2.000 per kg. Dibandingkan dengan harga salak pada saat tidak panen raya, salak dapat dijual dengan harga antara Rp. 4.000 – Rp. 5.000 per kg. Namun ada kalanya jika saat panen raya tiba dan para tengkulak tidak membeli salak petani, maka salak tersebut tidak dapat dijual dan akan busuk begitu saja. Fluktuasi harga yang cukup tajam ini secara otomatis berdampak pada potensi pendapatan para petani salak di Desa Girikerto. Kondisi ini memberikan gambaran meskipun terjadi kelimpahan produksi buah salak, namun peningkatan ekonomi para petani salak tidak sebanding dengan fluktuasi harga yang terjadi (Ridwan et al., 2024).

Dalam penelitian (Suyatno & Suryani, 2022) bahwa Desa Girikerto memiliki potensi sumber daya yang potensial, namun dalam penelitian ini berfokus 2 jenis budidaya yaitu, menjual salak langsung ke pengepul sesuai warisan tradisi dan membuat olahan baku salak. Pengolahan pangan adalah salah satu usaha untuk mengawetkan bahan pangan yang bertujuan memperpanjang masa simpan juga untuk penganeekaragaman pangan selain itu mengubah bahan mentah menjadi produk yang disukai konsumen menjadi produk inovatif (Anis Nurhayati, Maylina Ilhami Khurniyati, Listiyana Candra Dewi & Nigusti Sunardi, 2020). Setelah petani mengetahui dan mengenal dalam pemanfaatan buah salak menjadi produk inovatif maka petani salak juga memerlukan pengetahuan terkait proses pemasaran di era saat ini, yaitu Branding dan Digital Marketing. Hal terpenting yang menjadi permasalahan ke dua yaitu Petani salak belum mengetahui cara memanfaatkan teknologi digital di era modern saat ini sebagai alat memperluas jaringan pemasaran mereka seperti penggunaan media sosial, social commerce, dan e-marketplace (Verawatia, Liesta, Muhamad Syaeful Anwar, 2024),(N. N. dan A. S. Annisa, 2024).

Memiliki produk yang inovatif dan mengetahui cara memanfaatkan digital marketing dapat membantu petani mengurangi ketergantungan pada tengkulak dengan memberikan akses langsung antara produsen dan konsumen (Annisa, et al. 2023), (Annisa, et al. 2024), (Annisa, et al., 2025).

Melalui kegiatan pemanfaatan buah salak sebagai bahan baku dalam usaha maka wirausaha pada petani salak, serta memberikan pelatihan dan akses untuk petani memiliki branding dan kegiatan pemasaran secara digital diharapkan akan bisa membantu masyarakat setempat untuk meningkatkan

pendapatan para petani dan keluarga. Menurut Soegoto dalam (Annisa dan Ekowati 2021) kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Kewirausahaan dapat terlaksana dengan baik apabila terdapat sinergi antara kemauan, permodalan, dan manajemen pemasaran seperti yang dikemukakan oleh (Saputra, M. H., & Baraba, 2017). Maka dari itu untuk mewujudkan hal tersebut perlu adanya pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan dalam pemanfaatan bahan baku buah salak, Branding dan Digital Marketing di Desa Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta tersebut untuk meningkatkan pendapatan petani dan keluarga.

Girikerto adalah sebuah desa di Kepanewon Turi, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Pada mulanya Desa Girikerto merupakan wilayah yang terdiri dari empat kelurahan, yakni: Kelurahan Tanggung, Ngandong, Nangsri Lor, dan Kemirikebo. Desa Girikerto merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Turi Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut data kependudukan Desa Girikerto pada tahun 2021 memiliki jumlah penduduk 6.393 yang terdiri dari 3.150 laki-laki dan 3.243 perempuan (<https://kependudukan.jogjaprov.go.id/statistik/penduduk/wajibktp/17/0/15/04/34/.clear>, n.d.).

Wilayah Desa Girikerto merupakan wilayah agraris yang subur sehingga mayoritas penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai petani. Tanaman yang menjadi komoditas utama adalah salak dan padi. Selain itu, ada buah-buahan lain juga tumbuh dengan subur di wilayah Girikerto. Gambar 1 merupakan peta wilayah Desa Girikerto.



Gambar 1. Peta Wilayah Desa Girikerto

Petani salak yang menjadi mitra dalam pengabdian ini berisikan para ibu-ibu yang ada di Desa Girikerto.

Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan solusi dari permasalahan yang ada yaitu:

- a. Meningkatkan nilai ekonomi buah salak.
- b. Mendorong perkembangan ekonomi lokal, dengan adanya pemanfaatan sumber daya lokal sebagai produk inovasi diharapkan mampu menjadi sarana meningkatkan potensi ekonomi yang ada di desa baik produk unggulan desa, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ataupun pariwisata.
- c. Mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat/petani buah salak.
- d. Memberikan keterampilan praktis dalam penggunaan *social commerce* dan *e-marketplace*.
- e. Meningkatkan penjualan dan daya saing dan mendorong inovasi pemasaran

- f. Mendukung implementasi MBKM dengan memberikan ruang kepada mahasiswa untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan berbasis pengalaman (*experiential learning*) dan memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk belajar di luar kampus (IKU 2) melalui keterlibatan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.
- g. Kelas yang kolaboratif dan partisipatif bagi mahasiswa dengan mengguakan metode studi kasus (IKU 7)
- h. Mengintegrasikan dosen berkegiatan di luar kampus (IKU 3)
- i. Hasil pengabdian dosen dapat digunakan masyarakat (IKU 5)
- j. Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi dan Industri, Inovasi dan Infrastruktur (SDGs)
- k. Meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, mengembangkan industri kreatif, dan melanjutkan infastruktur (Asta Cita)

Permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra Desa Girikerto yaitu ada 2 aspek yaitu aspek manajemen dan aspek pemasaran seperti yang tersaji pada Tabel 1

Tabel 1. Aspek Permasalahan

No	Aspek Manajemen	Aspek Pemasaran
1	Kurangnya pengetahuan dan kemampuan atau keterampilan akan memanfaatkan bahan lokal (salak) menjadi produk inovatif.	Belum adanya produk inovasi yang dihasilkan dari buah salak guna meningkatkan pendapatan diluar menjual buah salak berbentuk segar
2	Kurangnya pengelolaan ekonomi lokal sehingga menjadi tidak dikenali oleh masyarakat luas baik di Desa Girikerto atau di luar Desa Girikerto.	Kurangnya pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital Keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital menghambat UMKM untuk beradaptasi dengan tren pasar modern yang semakin berbasis teknologi..
3	Ketergantungan pada tengkulak menyebabkan UMKM memiliki daya tawar yang rendah terhadap harga jual produk	Memberikan pendampingan pemasaran guna dalam peningkatan pendapatan/laba/omset

Masalah-masalah tersebut menjadi persoalan yang perlu dipecahkan. Melalui program pengabdian masyarakat dilakukan.

Solusi pada kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan dan pendampingan guna meningkatkan keterampilan dalam mengolah hasil lokal menjadi produk inovasi.
2. Membangun sistem pemasaran digital yang mudah dan menyenangkan
3. Memberikan pelatihan dan workshop guna meningkatkan keterampilan terkait pemasaran digital dengan penggunaan teknologi di era modern.
4. Mengimplementasikan serta memberikan sosialisasi terkait produk inovasi dan platform pemasaran digital milik Desa Girikerto.
5. Memberikan edukasi kepada masyarakat Desa Girikerto terkait dengan pentingnya berinovasi di era modern dan merambah ke dunia digital *marketing*, serta *branding* yang kuat guna peningkatan pendapatan/laba/omset.

METODE

Metode pelaksanaan pada tahapan-tahapan dalam menyelesaikan permasalahan mitra meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi, dan keberlanjutan program. Kegiatan pelaksanaan dilakukan di Desa Girikerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Sasaran khalayak dalam kegiatan pengabdian ini yaitu petani salak di Desa Girikerto sebanyak 15 Peserta. Penjelasan lebih lanjut mengenai tahapan metode pelaksanaan sebagai berikut;

1. Metode pelaksanaan dengan melakukan sosialisasi bertujuan untuk memberikan informasi mengenai pentingnya melakukan **inovasi produk** dan manfaat yang dapat diperoleh dari berinovasi serta membangun pemahaman yang baik terkait manfaat produk inovasi dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Kegiatan ini akan disampaikan oleh tim pengabdian masyarakat. Sosialisasi ini dilakukan oleh tim pengabdian dengan cara memberikan materi melalui power point dan membawa sampel produk inovasi. Pada tahap ini, dilakukan pengenalan terkait bahan baku yang didapat dihasil lokal dan manfaat dari inovasi bahan baku tersebut.
2. Metode pelaksanaan dengan melakukan sosialisasi bertujuan untuk memberikan informasi mengenai pentingnya **branding dan digital marketing**.
3. Metode pelaksanaan dengan pelatihan bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada para petani buah salak dalam mengolah bahan pangan lokal menjadi produk inovasi (**selai, manisan, asinan dan sirup**). Dalam kegiatan ini diberikan dengan lengkap bagaimana cara memanfaatkan, mengolah dan menyajikan produk inovasi sampai menjadi **produk yang layak jual dan bernilai ekonomi**. Pelatihan selanjutnya yaitu terkait *branding* dan digital marketing. Materi pelatihan mencakup berbagai topik, seperti menentukan brand (merek), membuat logo, dan mengaplikasikannya ke produk hasil olahan yang telah dikemas. selanjutnya membuat media sosial untuk promosi, pembuatan konten digital, serta pemanfaatan e-marketplace dan aplikasi pemasaran digital lainnya.
4. Metode pelaksanaan dengan melakukan penerapan teknologi melibatkan implementasi hasil produk inovasi diaplikasikan ke dalam media sosial dan e-marketplace untuk dipromosikan. Hal tersebut dapat melibatkan berbagai aktivitas seperti mengunggah informasi ke dalam media sosial, *marketplace* dan web bisnis mengenai produk apa yang dimiliki, apa saja yang menjadi keunikan produk tersebut, berapa harga produk, serta memberikan informasi yang dibutuhkan target pasar.
5. Metode pelaksanaan pendampingan diperlukan untuk membantu petani salak dalam mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh. Pendampingan ini dapat dilakukan dengan tim pengabdian masyarakat melalui konsultasi langsung atau bimbingan jarak jauh.
6. Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas program pelatihan dan memperbaiki kelemahan yang ada. Tahap ini dapat dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi langsung terhadap kemajuan yang telah dicapai oleh para petani buah salak dalam memanfaatkan, membuat serta memasarkan produk inovasi olahan buah salak. Keberlanjutan kegiatan PKM ini akan melibatkan warga masyarakat Desa Girikerto. Tujuan melibatkan warga masyarakat yaitu untuk membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan mengenai memanfaatkan bahan dasar lokal buah salak menjadi produk inovasi bernilai ekonomi guna meningkatkan pendapatan. Keberlanjutan mengelola akun media sosial, marketplace, dan web bisnis untuk mempromosikan potensi lokal, mengembangkan keterampilan bisnis dan memperluas jaringan komunikasi bisnis masyarakat serta pihak eksternal seperti pelaku bisnis lokal dan pemerintah untuk memperkenalkan UMKM Desa Girikerto.

Keberlanjutan program menjadi bagian penting agar dampak yang diperoleh tidak hanya bersifat sementara. Program akan disertai dengan pendampingan berkelanjutan, pendampingan menjadikan program selanjutnya yaitu menjadikan Mitra sebagai Desa Binaan, yang dimana untuk meningkatkan kualitas hidup dan ekonomi masyarakat desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan dengan survei terlebih dahulu agar dapat melihat kondisi serta permasalahan mitra. Selanjutnya melakukan perizinan dan menyusun proposal.

Hasil kegiatan pengabdian ini berupa produk olahan buah salak dan digital marketing (Intagram, Tik-Tok, Halaman Facebook, Shopee, Web Bisnis).

Adapun langkah-langkah dalam membuat selai salak yaitu;

1. Persiapkan bahan yang diperlukan seperti, buah salak, gula pasir, garam, vanili, air bersih, pisau, telenan, baskom, dan blender.

2. Kupas salak, pisahkan kulit, biji dan buah salak. ambil buah salak dan cuci bersih.
3. Setelah dicuci, potong kecil – kecil buah salak agar mudah di blender, kemudian masukan buah salak ke blender dan beri air secukupnya, lalu blender sampai halus.
4. Langkah selanjutnya, saring hasil blender pisahkan ampas dan airnya
5. Lalu ampas masukan ke wajan anti lengket untuk proses memasak selai, masukkan gula, garam dan vanili diaduk diatas kompor
6. Kemudian aduk semua bahan menjadi susut airnya dan kental layaknya selai
7. Jika sudah kecoklatan dan susut airnya, maka selai salak siap didinginkan dan di packing dingin, packing selai salak kedalam jar yang telah disediakan, Selai salak siap dikonsumsi atau dijual.

Langkah membuat manisan buah salak dan asinan buah salak (Annisa, et., al., 2025).

1. Persiapkan semua bahan yang diperlukan. seperti, buah salak, cabai, gula pasir, garam, vanili, air bersih, pisau, telenan, baskom, dan blender.
2. Kupas salak, pisahkan kulit, biji dan buah salak. ambil buah salak dan cuci bersih.
3. Setelah dicuci, potong salak menjadi 2 bagian atau sesuai selera yang diinginkan
4. Siapkan panci, kemudian masukan air, gula, gara dan vanili (jika untuk asinan masukan cabai).
5. Selanjutnya, didihkan air dan bahan lainnya, setelah mendidih masukan saak, Setelah cukup untuk teksturnya, angkat dan dinginkan. Setelah dingin manisan dan asinan siap dimasukan kedalam jar yang telah disiapkan dan siap untuk dikonsumsi dan dijual.

Langkah membuat sirup buah salak

1. Persiapkan semua bahan yang diperlukan. seperti, buah salak, gula pasir, garam, vanili, lemon, air bersih, pisau, telenan, baskom, dan blender.
2. Kupas salak, pisahkan kulit, biji dan buah salak. ambil buah salak dan cuci bersih.
3. Setelah dicuci, potong salak menjadi 2 bagian atau sesuai selera yang diinginkan
4. Siapkan blender, blender salak sampai hlaus
5. Saring hasil blender dan ambil air salaknya. Kemudian masak kedalam panci dan tambahkan bahan lainnya.
6. Setelah mendidih angkat dan dinginkan. Setelah dingin sirup dapat dipacking kedalam jar dan siap dikonsumsi dan dijual.

Pelatihan ini dilakukan oleh tim produksi dari petani buah salak dengan penuh antusias dan semangat.



Gambar 2. Peserta Pelatihan Olahan Salak dan Narasumber



Gambar 3. Bahan Baku



Gambar 4. Hasil Produk Berbahan Buah Salak (Selai, Asinan, Manisan dan Sirip)

Cara Membuat Akun Instagram melalui Smartphone:

1. Unduh aplikasi Instagram di App Store (iOS) atau Play Store (Android).
2. Buka aplikasi setelah terinstall.
3. Ketuk daftar atau Sign Up.
4. Pilih opsi daftar melalui e-mail atau nomor telepon.
5. Buat kata sandi yang aman dan mudah diingat.
6. Jika telah terdaftar, lengkapi profil Anda seperti nama pengguna, bio, dan foto profil Anda.
7. Proses pendaftaran selesai, akun Anda siap digunakan.

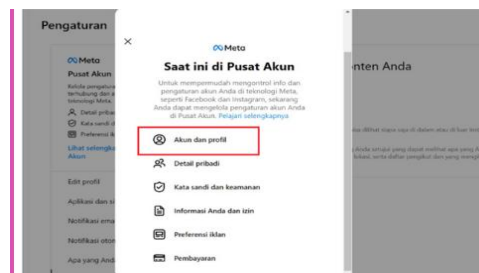
Langkah-Langkah Membuat Akun Instagram Bisnis:

1. Buat akun Instagram biasa
2. Masuk ke halaman profil



Gambar 5. Tampilan pengaturan dan privasi.

3. Lanjutkan dengan memilih “Akun dan Profil”



Gambar 6. Tampilan halaman akun profil.

4. Beralih ke akun profesional Setelah masuk ke halaman pengaturan dan privasi, Anda bisa menggulir layar ke bawah. Di sana, Anda akan menemukan pilihan "Beralih ke akun profesional".
5. Pilih Bisnis yang akan Dijalankan Setelahnya, Anda akan dihadapkan pada dua pilihan, yakni "Kreator" dan "Bisnis". Pilih salah satunya sesuai dengan tujuan yang ingin kamu capai. Misalkan Anda ingin berjualan, maka pilihlah "Bisnis". Lalu klik selanjutnya.
6. Pilih Kategori Bisnis, Anda akan diminta untuk memilih kategori bisnis. Silahkan pilih sesuai dengan bisnis atau layanan yang akan kamu jalankan di Instagram. Jika sudah, klik "Selesai".
7. Tampilkan Info Kontak dalam Profil
8. Akun Instagram Bisnis Sudah Siap

Cara Daftar Shopee Sebagai Pembeli Melalui Aplikasi;

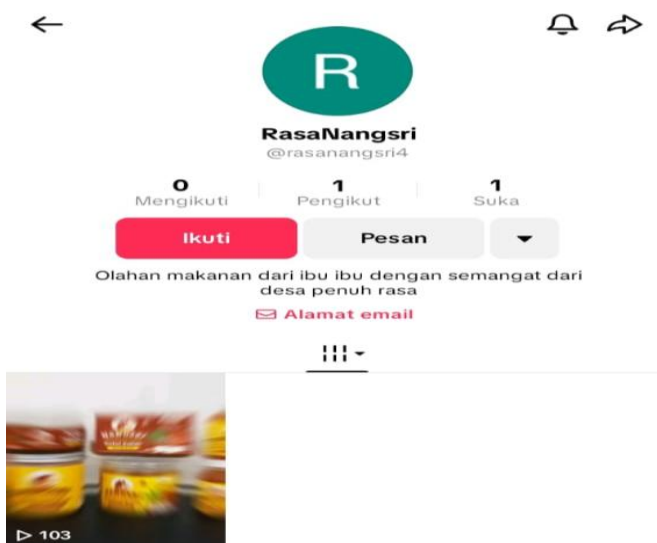
1. Unduh aplikasi Shopee
2. Buka aplikasi dan Klik “Daftar”
3. Pilih metode pendaftaran
Pada langkah ini, Shopee akan meminta Anda untuk memilih metode pendaftaran. Anda dapat memilih antara menggunakan akun Facebook, nomor telepon, atau alamat email untuk mendaftar. Pilih metode yang paling nyaman bagi Anda dan ikuti langkah-langkah yang ditentukan: Jika Anda memilih opsi "Facebook", Shopee akan meminta izin untuk mengakses akun Facebook Anda. Klik "Lanjutkan sebagai [nama Anda]" untuk melanjutkan dan menghubungkan akun Facebook Anda dengan Shopee. Jika Anda memilih opsi "Nomor Telepon", masukkan nomor telepon yang valid dan ikuti instruksi untuk verifikasi nomor telepon Anda. Jika Anda memilih opsi "Email", masukkan alamat email yang valid dan ikuti instruksi untuk verifikasi email Anda.
4. Isi informasi pribadi
5. Atur kata sandi



Gambar 7. Pelatihan Digital Marketing bersama tim Digitam Marketing



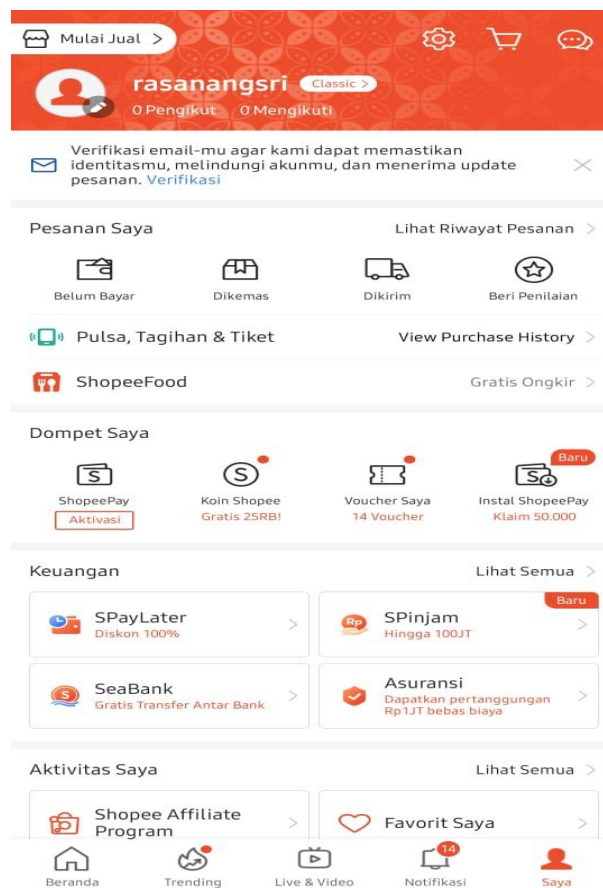
Gambar 8. Media Sosial Instagram



Gambar 9. Akun Media sosial Tik-tok



Gambar 10. Akun Halaman Facebook



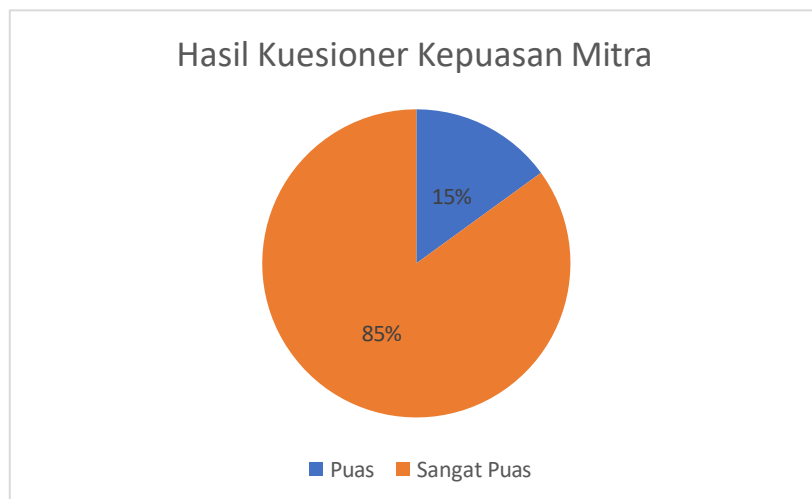
Gambar 11. Akun Marketplace Shopee



Gambar 12. Web Bisnis

Tahap Evaluasi Pelatihan

Tahap evaluasi dilaksanakan dengan metode tanya jawab kepada peserta pelatihan dimana guna untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta pelatihan. Tahap ini juga dilakukan melalui kuesioner langsung terhadap kemajuan yang telah dicapai oleh para petani buah salak dalam memanfaatkan. Adapun hasil evaluasi dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 13. Kuesioner Kepuasan Mitra

Nilai evaluasi yang telah dilakukan dengan berdasarkan pertanyaan yang telah diberikan menunjukkan bahwa hasil dari evaluasi tersebut bahwa mitra sangat puas dengan nilai 85% sedangkan nilai puas sebesar 15%. Nilai tersebut menunjukkan evaluasi bagus pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM ini meliputi pelatihan pengolahan berbahan hasil lokal buah salak menjadi selai, manisan, asinan, dan sirup buah salak pada masyarakat Desa Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta. Selain mengolah hasil local pada PKM ini juga diberikan pelatihan digital marketing (Instagram, tiktok, halaman fb, shopee dan web bisnis). Sebelum kegiatan pelatihan peserta diberikan sosialisasi terkait terkait dengan kewirausahaan, pengolahan buah salak dan digital marketing pentingnya dalam berinovasi. Luaran yang diharapkan dapat dihasilkan dari kegiatan ini adalah petani memahami cara mengolah buah salak menjadi produk inovatif bernilai jual, Membangun system informasi terkait produk unggulan Desa Girikerto yaitu inovasi buah salak menjadi berbagai macamolahan bernilai jual, Dapat memanfaatkan produk inovasi dan platform pemasaran digital untuk meningkatkan perekonomian, mempromosikan potensi desa, dan memberdayakan masyarakat, serta Desa Girikerto

Pengembangan ekosistem bisnis pedesaan melalui pengadaan komoditas olahan buah salak

akan semakin termotivasi untuk berinovasi, memanfaatkan dunia digital, dan membangun branding yang kuat untuk kemajuan desa mereka. Disarankan agar semua elemen yang ada di Desa Girikerto agar saling mendukung kemajuan Desanya dimana UMKM Desa dapat berkembang dan bersaing dipasar.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada rekan-rekan, dan dosen yang terlibat. Tim pengabdian masyarakat juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Desa dan masyarakat Desa Girikerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta, dimana telah memberikan izin terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam bentuk pelatihan membuat produk dan digital marketing. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat atas pendanaan yang diberika. Serta kepada LPPM Universitas Widya Husada Semarang yag telah memberikan dukungannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Anis Nurhayati, Maylina Ilhami Khurniyati, Listiyana Candra Dewi, N., & Nigusti Sunardi, M. J. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kelompok Tani Salak Melalui Pelatihan Pengolahan Buah Salak di Desa Brambang Kecamatan Gondangwetan Kabupaten Pasuruan. *JURNAL SOEROPATI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 127–140.
- Annisa, Nenden Nur, Edvi Gracia Ardani, Liesta Verawati, Eka Yuliawisma Ningsih, S. A. F. (2025). Pemberdayaan petani dalam memanfaatkan hasil lokal buah salak menjadi produk inovasi guna meningkatkan pendapatan. . *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(3).
- Annisa, Nenden Nur, Esterina, M., Hidayah, L. A., Putri, Hanafi, Lambang Subarkah, Fatmawati, Z., & Saimah, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM dan Strategi Brand Image (Logo). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pelita Nusantara (JPM-Pelita Nusantara)*, 1(2).
- Annisa, Nenden Nur, Saputra, Muhammad Rafly Eka, Cahyono, Dwi, Indrayati, Fatma Sari, Alif, M., Gunawan, Putra, Wardhana, Erwindhu Putra Widhi, Priambudi, Prisca Dicha Kusuma, Ari, H., Wulanjati, & Syahrul, Maulia, Ahmad, H. (2024). Pelatihan Digital Marketing dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Pelaku UMKM Desa Gintungan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4).
- Annisa, N. N. dan A. S. (2024). Branding Produk Sebagai Upaya Optimalisasi Pemasaran Produk Gula Merah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 05(02).
- Annisa, T. E. dan N. N. (2022). Menumbuhkan Kreativitas Masyarakat Melalui Pengolahan Hasil Lokal Berupa Jagung Guna Meningkatkan Pendapatan Di Desa Sokowaten Kecamatan Banyuurip Kabupaten Purworejo. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(4).
- Ekowati, N. N. A. & T. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Kaliwungu Kidul dalam Pengolahan Produk Lokal Berbahan Dasar Pisang Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Surya Abdimas*, 5(3), 232–239.
- <https://kependudukan.jogjaprovo.go.id/statistik/penduduk/wajibktp/17/0/15/04/34/.clear>. (n.d.). Data Penduduk.
- Nenden Nur Annisa, Meriam Esterina, N. R. (2025). Strategi Branding Membangun Brand Identity pada Kelompok Tani Bibit Cabai. *Bagelen Community Service*, 3(1).
- Nenden Nur Annisa; Titin Ekowati. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Kaliwungu Kidul dalam Pengolahan Produk Lokal Berbahan Dasar Pisang Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Surya Abdimas*, 5(3), 232–9.
- Ridwan, M., Rifani, S. K., Zulfikar, Hasan, M., Nurcahya, M. A., Rahman, F. H., & Mubarok, A. A. (2024). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI OPTIMALISASI POTENSI BUAH SALAK DI SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *DULANG Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 164–172.
- Saputra, M. H., & Baraba, R. (2017). Strategi Pengembangan Produk, Branding, Labeling, dan

-
- Kewirausahaan Berbasis Manajemen, untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pengusaha Kecil Penghasil Lanting di Desa Jetis Kecamatan Loano Kabupaten Purworejo. *Surya Abdimas*, 1(1), 6–10.
- Saugi, W. dan S. (2015). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Pengolahan Bahan Pangan Lokal. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 226–238.
- Suyatno, S., & Suryani, D. A. (2022). Pengembangan Potensi UMKM Berbasis lokal dalam Mendorong Perekonomian di Desa Girikerto,. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 108–118. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.16821>
- Verawatia, Liesta, Muhamad Syaeful Anwar, & L. A. (2024). E-Marketplace-Based Online Sales Training for Traditional Market Sellers in Karangayu, Semarang, in Response to Changes in Consumer Behavior. *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM-Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya*, 7(3).