Inovasi Pengolahan Keripik Pisang sebagai Usaha Rumahan di Desa Klaru Kabupaten Sorong

Aan Setiowati*[1], Orpa Frasawi[2], Ratih Prawirawati[3], Doni Sudibyo[4]

[1,2,3] Fakultas Teknik dan Pertanian, Universitas Nani Bili Nusantara, Indonesia
[4]Fakultas Ilmu Sosial dan Keguruan, Universitas Nani Bili Nusantara, Indonesia
*e-mail: setiowatiaan@gmail.com[1], donisud06@gmail.com[4]

Abstrak

Pisang merupakan komoditas hortikultura yang memiliki potensi tinggi sebagai sumber pangan dan produk olahan bernilai ekonomi. Meskipun Indonesia merupakan salah satu penghasil pisang terbesar di dunia, pengembangan usaha olahan pisang pada skala mikro masih terkendala oleh minimnya pengetahuan tentang pengolahan, pengemasan, dan pemasaran. Di wilayah terpencil seperti Kabupaten Sorong, Papua Barat Daya, tantangan ketahanan pangan juga masih menjadi perhatian. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola produk pisang menjadi keripik melalui edukasi, pelatihan teknologi pengolahan, dan penguatan branding. Kegiatan dilaksanakan pada 11 Juni 2025 di Desa Klaru, Kecamatan Aimas, dengan menggunakan pendekatan partisipatif kolaboratif. Warga terlibat aktif dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari pelatihan pembuatan logo, desain kemasan, praktik pengolahan, hingga promosi produk. Hasil kegiatan berupa produk keripik pisang rasa gurih dalam kemasan plastik bening berlabel. Masyarakat juga memahami pentingnya identitas produk serta memahami pentingnya identitas produk dan berhasil meningkatkan keterampilan.

Kata Kunci: *Branding, Keripik Pisang, Partisipatif, Pengabdian Masyarakat, Pisang, UMKM*

Abstract

Banana is a horticultural commodity with high potential as a food source and an economically valuable processed product. Although Indonesia is one of the largest banana producers in the world, the development of banana-based micro-enterprises is still hampered by limited knowledge in processing, packaging, and marketing. In remote areas such as Sorong Regency, Southwest Papua, food security remains a significant concern. This community service activity aimed to enhance the capacity of local residents to manage banana-based products into chips through education, processing technology training, and branding development. The activity was carried out on June 11, 2025, in Klaru Village, Aimas District, using a participatory and collaborative approach. Residents were actively involved in each stage, from logo creation, packaging design, and product processing to simple promotional strategies. The result was a savory banana chip product packaged in a clear plastic bag with labeling. The community also gained awareness of product identity and basic distribution. The program successfully improved residents' technical skills and encouraged the growth of local micro-enterprises based on village resources.

Keywords: *Banana, Banana Chips, Branding, Community Service, Participatory, Micro-Enterprises*

1. PENDAHULUAN

Pisang merupakan komoditas hortikultura yang dapat diteliti dan dikembangkan karena memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri atau ekspor (Nugraha *et al.* 2024). Tanaman pisang merupakan sumber pangan yang memiliki prospek baik. Hal ini dikarenakan pisang sangat digemari oleh semua kalangan, serta mudah tumbuh di daerah tropis (Zebua *et al.* 2023). Indonesia merupakan salah satu negara penghasil pisang terbesar di dunia (Purwanti dan Ningrum 2024). Di dukung oleh hasil penelitian Aurelia *et al.* (2022) bahwa produksi pisang Indonesia berkontribusi di dunia dan menempati posisi ketiga besar, tetapi tidak diimbangi dengan kontribusi Indonesia akan ekspor pisang di dunia.

Hasil penelitian Ariadi *et al.* (2024) mengatakan bahwa strategi pengembangan produksi pisang masih memerlukan kajian ilmiah yang komprehensif untuk menganalisis prospek produksi dan pemasaran pisang Indonesia. Pisang merupakan buah klimaterik, yaitu buah yang tetap bisa mengalami pematangan setelah di panen (Pratiwi *et al.* 2024). Salah satu kegiatan yang

dapat menambah jiwa kewirausahaan bagi masyarakat yaitu dengan usaha home industri atau biasa disebut usaha rumahan pada pembuatan Keripik Pisang (Mustari *et al.* 2024).

Permasalahan dan kendala yang dihadapi usaha mikro yaitu minimnya informasi mengenai pengembangan usaha, standarisasi produk dan penguasaan teknologi kekinian serta keterbatasan akses penjualan karena kurang memahami strategi pemasaran (Ardiani *et al.* 2024). Di Indonesia, isu ketahanan pangan menjadi semakin penting terutama di daerah-daerah terpencil seperti Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat Daya, di mana akses terhadap sumber pangan eksternal sangat terbatas. Kondisi geografis yang sulit, infrastruktur yang belum memadai, serta ketergantungan tinggi terhadap pangan lokal membuat penelitian mengenai ketersediaan dan aksesibilitas pangan di daerah ini sangat relevan (Lermating *et al.* 2024).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan kegiatan sosial ekonomi, khususnya para ibu-ibu rumah tangga untuk meningkatkan perannya dalam keluarga maupun masyarakat, dalam membangun ekonomi keluarga dengan melakukan usaha-usaha produktif, dan memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman berorganisasi, namun kurangnya modal, minat, serta keterampilan dalam berinovasi (Triadiarti *et al.* 2018). Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian, berfungsi sebagai motor penggerak inovasi dan penciptaan lapangan kerja. Di era modern ini, terdapat peningkatan minat masyarakat terhadap pola hidup sehat, yang berdampak pada perubahan preferensi konsumen dalam memilih camilan (Ampa *et al.* 2024).

Kripik pisang adalah camilan populer yang memiliki cita rasa manis dan gurih (Putra *et al.* 2025). Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa melimpahnya produksi pisang dan luasnya ketersedian bahan baku menjadikan sangat potensial sebagai bahan pangan lokal untuk di olah menjadi produk UMKM (Lawotan *et al.* 2024). Penelitian lain yang dilakukan oleh Sidayat *et al.* (2025) juga menyatakan usaha keripik pisang merupakan salah satu usaha yang dapat dikembangkan, karena pisang banyak dibudidayakan oleh masyarakat dan memiliki harga jual yang relatif murah, serta diminati oleh berbagai kalangan.

Di era moderen ini perlunya menciptakan keunikan baru dalam mengembangkan usaha, yaitu menciptakan rasa dan variasi saat mengolah keripik pisang untuk menarik minat pembeli. Hasil penelitian Fadli *et al.* (2023) mengatakan bahwa variasi rasa baru seperti coklat, vanilla dan oreo memiliki nilai jual yang lebih tinggi daripada variasi rasa keripik pisang sebelumnya. Selain itu, didukung hasil penelitian bahwa Iqbal dan Makhrus (2024) berhasil meningkatkan nilai ekonomi industri pisang lokal sambil berkontribusi pada pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat di Mertelu. Berdasarkan latar belakang, penulis tertarik untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola produk pisang menjadi keripik melalui edukasi, pelatihan teknologi pengolahan, dan penguatan branding

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 11 Juni 2025 dengan metode pendekatan partisipatif kolaboratif, di mana mahasiswa KKN Universitas Nani Bili Nusantara berperan sebagai fasilitator, dan masyarakat Desa Klaru sebagai subjek aktif dalam proses pemberdayaan. untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan dalam kegiatan pengabdian. Hasil pengabdian itu harus dapat diukur dan penulis diminta menjelaskan alat ukur yang dipakai, baik secara deskriptif maupun kualitatif. Jelaskan cara mengukur tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian. Tingkat ketercapaian dapat dilihat dari sisi perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat sasaran.

Observasi dan identifikasi masalah untuk tahap awal dimulai dengan kegiatan observasi langsung ke lingkungan masyarakat Desa Klaru untuk mengetahui kondisi sosial, ekonomi, serta potensi dan permasalahan yang ada. Observasi dilakukan secara partisipatif melalui kunjungan rumah ke rumah dan wawancara singkat dengan warga, ketua RT, serta tokoh masyarakat. Hasil observasi menunjukkan bahwa meskipun Desa Klaru memiliki potensi produksi pisang lokal yang melimpah, pemanfaatannya masih terbatas, dan belum dikelola secara optimal menjadi produk bernilai jual tinggi. Studi lapangan dan pemetaan potensi langkah selanjutnya adalah pemetaan

potensi sumber daya alam dan manusia di desa. Mahasiswa melakukan studi lapangan untuk menghitung ketersediaan bahan baku (pisang), memetakan pelaku usaha kecil yang berpotensi dilibatkan, serta mengevaluasi alat dan fasilitas produksi yang sudah ada. Hasil pemetaan digunakan sebagai dasar penyusunan rencana pengembangan inovasi produk keripik pisang berbasis skala rumah tangga.

Perancangan program inovasi berdasarkan hasil observasi dan studi lapangan, mahasiswa menyusun modul pelatihan serta desain inovasi pengolahan keripik pisang, mencakup teknik pemotongan modern, perendaman menggunakan larutan alami untuk mempertahankan warna, teknik penggorengan vakum agar hasil lebih renyah dan rendah minyak, serta pengemasan modern yang menarik. Inovasi tidak hanya dari segi teknik pengolahan, tetapi juga branding produk dan strategi pemasaran digital berbasis media sosial.

Workshop edukasi branding dan pengemasan produk merupakan kegiatan workshop dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam branding dan pengemasan produk. Dalam sesi pelatihan, peserta diberikan materi tentang pentingnya identitas merek (branding), strategi membangun citra produk, serta teknik pembuatan logo dan desain lebel yang menarik dan sesuai pasar. Selain itu, pelatihan juga mencakup praktik langsung pemilihan kemasan yang higienis, menarik, dan sesuai standar pasar modern, agar produk mampu bersaing di toko ritel maupun platform digital.

Inovasi teknologi pengelolahan dan diversifikasi rasa yaitu alat yang digunakan dalam pembuatan keripik adalah pisau, timbangan, baskom, alat pengiris keripik, spatula, wajan, tampah, saringan minyak, dan kompor minyak tanah. Bahan yang digunakan adalah pisang kepok sebanyak 10 kg, garam, minyak goreng, dan air baku. Prosedur kerja pembuatan keripik pisang adalah menimbang pisang utuh, kupas kulit pisang, rendam ke dalam air garam, timbang pisang yang telah dikupas, panaskan minyak, iris tipis pisang, lalu goreng hingga keemasan, angkat dan tiriskan, timbang, dan pengemasan (Painingsih *et al.* 2025). Diversifikasi rasa kripik pisang merupakan langkah penting untuk meningkatkan minat konsumen dan memperluas pasar. Dengan menambahkan varian rasa seperti coklat, gurih, grente dan balado menjadi lebih menarik serta menjadi nilai jual yang lebih tinggi.

Hasil inovasi dalam penambahan varian rasa dan pengunaan kemasan plastik menarik merupakan metode untuk meningkatkan minat konsumendan menjaga keripik tetap renyah. Selanjutnya untuk pengemasan yang dilakukan dengan menggunakan plastik OPP (Oriented Ploypropylene) yang tahan minyak, transparan, dan kedap udara, serta dilengkapi label sederhana agar produk terlihat menarik, higienis dan layak dipasarkan.

Penguatan kelembagaan dan jaringan usaha untuk memastikan keberlanjutan usaha, mahasiswa turut membantu membentuk kelompok usaha bersama (KUB) yang diberi nama "Kelompok Keripik Klaru Maju". Selain itu, dilakukan penghubungan kelompok dengan Dinas koperasi dan UMKM setempat agar mendapatkan bantuan alat produksi dan akses permodalan. Mahasiswa juga memfasilitasi pembuatan akun media sosial usaha dan pendaftaran ke platform digital lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Observasi dan identifikasi masalah

Desa Klaru, Kabupaten Sorong, merupakan salah satu wilayah dengan potensi hasil pertanian pisang yang melimpah. Namun, belum adanya pengolahan yang inovatif menyebabkan komoditas pisang hanya dijual dalam bentuk segar dengan harga yang relatif rendah. Warga cenderung menjual hasil panen ke pasar terdekat tanpa nilai tambah, sehingga pendapatan rumah tangga tidak maksimal. Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Nani Bili Nusantara melihat hal ini sebagai peluang pengabdian kepada masyarakat. Dalam rangka meningkatkan ekonomi desa dan memberdayakan ibu rumah tangga, mereka menginisiasi program inovasi pengolahan keripik pisang sebagai usaha rumahan. Kegiatan ini tidak hanya difokuskan pada produksi keripik, tetapi juga mencakup pelatihan teknologi sederhana, inovasi rasa, pengemasan menarik, hingga pemasaran berbasis digital (Syarbiah dan Tauwi 2024).

3.2. Perancangan program inovasi

Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan bahwa inovasi yang dilakukan untuk mndorong dan menciptakan perubahan positif di berbagai sektor pertanian maupun indrustri kecil menengah, diperlukan solusi kreatif dan adaftif yang mampu menjawab persoalan nyata lapangan. Program inovasi tidak hanya bertujuan untuk menciptakan hal baru, tetapi juga mengembangkan dan memodifikasi sumber daya yang telah ada agar lebih bermanfaat. Sebagaimana dikemukakan oleh Yulia *et al.* (2025) bahwa inovasi memiliki peran penting dalam mengembangkan kualitas pendidikan yang relevan dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, perancangan program inovasi menjadi langkah strategis dalam mendorong pemberdayaan masyarakat, efisiensi produksi, serta peningkatan kualitas hidup berkelanjutan.

3.3. Workshop Edukasi Branding dan Pengemasan Produk

Sebelum pelaksanaan praktik pengemasan dan branding produk keripik pisang, mahasiswa KKN Universitas Nani Bili Nusantara terlebih dahulu mengadakan kegiatan workshop edukatif yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar kepada masyarakat mengenai pentingnya identitas produk dan kemasan dalam dunia usaha kecil. Workshop ini merupakan tahapan awal yang sangat penting, karena sebagian besar pelaku UMKM di Desa Klaru belum memiliki pengalaman dalam membangun citra produk secara profesional. Dalam sesi pelatihan tersebut, dosen menyampaikan materi mengenai konsep dasar branding, termasuk pentingnya logo, nama merek, dan narasi produk (brand story) yang mampu menciptakan daya tarik emosional kepada konsumen.

Gambar 1. Logo pelatihan inovasi pengelolaan keripik pisang

(a) (b) (c) (d)

Gambar 2. Promosis digital: (a) logo pada pengemasan plastik bening (b) logo pada pengemasan sudah modern (standing pouch) (c) desain promosi untuk media sosial Instagram (d) desain promosi untuk pesan Whatsapp.

Gambar 1 menampilkan hasil rancangan logo kegiatan pelatihan inovasi pengolahan keripik pisang oleh mahasiswa KKN Universitas Nani Bili Nusantara (UNBN). Logo ini dibuat

Vol. 5, No. 4, Juli 2025, Hal. 1511-1520
DOI: https://doi.org/10.54082/jamsi.2035

sebagai identitas visual dari produk hasil pelatihan dan pendampingan UMKM lokal di Desa Klaru. Pemilihan nama “Bannana KKN UNBN” (dengan penambahan dua huruf "n" sebagai ciri khas kreatif) menggambarkan kolaborasi antara mahasiswa KKN dan masyarakat dalam menciptakan produk olahan pisang yang bernilai jual. Visual logo memadukan ikon kartun pisang yang tersenyum dan memakai topi bertuliskan “KKN”, mencerminkan semangat ramah dan kekeluargaan. Di bawah nama merek tercantum tagline “Keripik Pisang Aneka Rasa” serta ilustrasi varian rasa yang dihasilkan dari pelatihan, yaitu coklat, greentea, gurih, dan balado. Logo ini berfungsi tidak hanya sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai bagian dari strategi pemasaran dan daya tarik visual yang membedakan produk lokal dengan pesaing di pasaran.

Gambar 2 memperlihatkan implementasi langsung dari logo “Bannana KKN UNBN” ke berbagai bentuk kemasan dan media promosi digital. Pada gambar (a), terlihat produk keripik pisang yang dikemas dalam plastik bening sederhana. Logo produk ditempel di bagian depan sebagai stiker label. Meskipun menggunakan kemasan minimalis, penempelan logo memberi kesan lebih profesional dan menunjukkan bahwa produk telah memiliki identitas merek yang jelas. Gambar (b) menampilkan kemasan keripik pisang dalam standing pouch berbahan aluminium foil, yang merupakan bentuk kemasan modern dengan daya tahan lebih tinggi terhadap udara dan cahaya. Kemasan ini juga memiliki tampilan yang lebih menarik secara visual, sehingga cocok untuk pemasaran di luar desa atau melalui toko daring (online marketplace). Sementara itu, gambar (c) menunjukkan desain promosi digital untuk Instagram. Desain ini menampilkan produk keripik pisang dengan gaya poster sederhana dan ajakan “Pesan Sekarang”, yang ditujukan untuk menarik perhatian calon pembeli dari media sosial. Strategi ini mengikuti tren pemasaran digital UMKM yang kini banyak dilakukan melalui platform Instagram dan Facebook. Gambar (d) memperlihatkan desain khusus untuk promosi via WhatsApp. Kontennya lebih informatif, berisi keunggulan produk, daftar varian rasa, hingga alasan mengapa konsumen harus mencoba produk ini. Penambahan kalimat seperti “Oleh Mahasiswa, untuk Semua!” memperkuat narasi bahwa produk ini adalah hasil kolaboratif masyarakat dan mahasiswa, serta mengandung nilai edukasi dan pemberdayaan lokal.

3.4. Inovasi Teknologi Pengelolahan dan Diversifikasi Rasa

Program KKN memanfaatkan pendekatan berbasis partisipatif, di mana mahasiswa dan masyarakat bersama-sama mengembangkan produk keripik pisang yang memiliki daya saing. Proses pengolahan dimulai dengan pemilihan pisang jenis kepok yang sudah matang, dikupas, lalu diiris menggunakan slicer agar hasilnya seragam dan menarik. Selanjutnya, irisan pisang direndam dalam larutan garam untuk mencegah perubahan warna, lalu digoreng menggunakan teknik vacuum frying atau penggorengan hampa udara yang mampu mempertahankan warna dan rasa alami keripik, serta mengurangi kadar minyak. Proses ini menghasilkan keripik yang lebih renyah dan sehat. Untuk meningkatkan daya tarik produk, mahasiswa mengajarkan diversifikasi rasa seperti coklat, green tea, balado, dan rasa gurih original. Rasa manis (coklat dan green tea) diolah dengan cara melapisi keripik dengan larutan gula dan bubuk perisa alami. Sedangkan rasa gurih dan pedas dibuat dengan metode dry seasoning setelah penggorengan (Hartoyo *et al.* 2019).

(a) (b) (c)

Gambar 3. Tahapan pembuatan keripik (a) pengupasan kulit (b) pengirisan (c) penggorengan

Gambar 3 menggambarkan tiga tahap utama dalam pembuatan keripik pisang sesuai standar operasional yang banyak digunakan oleh UMKM yaitu (a) Pengupasan kulit pada tahapan ini, kulit pisang dikupas secara manual menggunakan pisau atau alat pengupas. Proses ini bertujuan memisahkan daging pisang dari kulit dan mempersiapkannya untuk pengirisan. Menurut SOP "pisang dikupas menggunakan pisau dan alat pengupas" sebelum dilanjutkan ke tahap pengirisan (Ariadi *et al.* 2024). (b) Setelah dikupas dan dicuci, pisang diiris tipis (biasanya 2–3 mm) menggunakan pisau atau slicer agar ketebalan irisan seragam. Ketidakteraturan ketebalan dapat menyebabkan keripik cepat rusak atau tidak matang merata. (c) Irisan pisang digoreng dalam minyak panas dengan memakai wajan yang meruakan teknik konvensional memerlukan sekitar 3 liter minyak per kg pisang dan mengandalkan suhu tinggi untuk menghasilkan kerenyahan.

3.5. Hasil Inovasi: Keripik Pisang Rasa Gurih dengan Kemasan Plastik Bening

Hasil nyata dari pelaksanaan program pengabdian oleh mahasiswa KKN Universitas Nani Bili Nusantara di Desa Klaru adalah terwujudnya produk keripik pisang varian rasa gurih yang telah berhasil diproduksi dan dipasarkan secara sederhana. Dari beberapa varian rasa yang dirancang sebelumnya, seperti coklat, greentea, dan balado, produk rasa gurih dipilih sebagai varian awal karena bahan dan prosesnya lebih mudah diterapkan oleh masyarakat, serta lebih sesuai dengan selera konsumen lokal.

Gambar 4. Produk keripik pisang rasa gurih hasil pelatihan KKN UNBN yang dikemas dalam plastik bening berlabel.

Gambar 4 menampilkan dua unit kemasan produk keripik pisang rasa gurih hasil pelatihan KKN Universitas Nani Bili Nusantara. Produk ini dikemas dalam plastik bening transparan (dengan model zipper), solusi praktis dan ekonomis yang mudah diperoleh oleh pelaku UMKM di Desa Klaru. Teknik ini memungkinkan konsumen untuk membuka dan menutup kembali kemasan, sehingga kerenyahan keripik tetap terjaga. Untuk memperkuat identitas produk dan memperjelas informasi, mahasiswa menempelkan label stiker penuh warna di bagian depan kemasan. Label tersebut memuat logo "Bannana KKN UNBN", nama varian ("Rasa Gurih"), komposisi bahan, berat bersih, tanggal produksi, serta kontak pemesanan. Meskipun kemasan ini terbilang sederhana, penerapan logo dan label memberikan kesan profesional, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mempermudah pemasaran produk.

Kemasan yang efektif, meski sederhana, dapat membangun identitas produk dan meningkatkan daya saing UMKM di dukung hasil penelitian Setiawan *et al.* (2024) bahwa yang menyebabkan terjadinya kecacatan produk keripik pisang yaitu faktor metode yang disebabkan karena proses pemotongan keripik pisang yang masih manual, pemilihan bahan baku yang kurang teliti, proses penggorengan yang manual, dan proses pengemasan yang masih manual. Selain itu, ditemukan tingkat spesifikasi dan standar untuk kapabilitas proses tidak kurang dari 95% dan tidak lebih dari 3% ketidakmampuan UMKM dalam menghasilkan keripik pisang yang sesuai dengan spesifikasi dan standar.

Vol. 5, No. 4, Juli 2025, Hal. 1511-1520
DOI: https://doi.org/10.54082/jamsi.2035

3.6. Penguatan Kelembagaan dan Jaringan

Sebagai bentuk keberlanjutan program, mahasiswa KKN Universitas Nani Bili Nusantara melaksanakan sosialisasi hasil pelatihan kepada perangkat desa, tokoh masyarakat, dan pelaku UMKM di Desa Klaru. Dalam kegiatan ini ditampilkan langsung produk keripik pisang rasa gurih hasil pelatihan, dan dibahas potensi pengembangan usaha rumahan di tingkat desa. Kegiatan ditutup dengan foto bersama seluruh peserta dan perangkat desa sebagai bukti dokumentasi serta bentuk penguatan hubungan kelembagaan.

(a) (b)

Gambar 5. Dokumentasi sosialisasi dan penguatan kelembagaan: (a) Foto bersama mahasiswa KKN UNBN dengan perangkat desa dan masyarakat dalam kegiatan sosialisasi hasil pelatihan pengolahan keripik pisang, (b) Foto bersama mahasiswa dan peserta pelatihan sambil menunjukkan hasil produk keripik pisang rasa gurih sebagai bukti praktik dan hasil nyata kegiatan.

Melalui kegiatan ini, tercipta komitmen awal antara masyarakat dan lembaga desa untuk mendukung produksi lokal secara berkelanjutan. Beberapa kelompok ibu rumah tangga yang terlibat dalam pelatihan juga diusulkan menjadi cikal bakal UMKM desa, dengan distribusi awal melalui warung setempat. Hasil yang diperoleh dari kegiatan yang sudah dilakukan, kelembagaan lokal mulai menunjukan perbaikan dalam koordinasi internal dan komunikasi eksternal. Meski belum menghasilkan data kuantitatif, partisipasi aktif dan dukungan moral dari aparat desa menjadi indikator positif bahwa penguatan kelembagaan berjalan sesuai tujuan. Jaringan kemitraan juga sudah mulai terbentuk secara informal, ditandai dengan kesediaan pihak desa untuk memfasilitasi kelompok dalam kegiatan lanjutan, termasuk akses ke program bantuan dan pemasaran produk.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Universitas Nani Bili Nusantara di Desa Klaru berhasil meningkatkan kapasitas warga dalam bidang pengolahan produk makanan lokal berbasis pisang. Melalui workshop edukasi branding dan pengemasan, warga memperoleh pengetahuan dasar tentang pentingnya identitas produk, tampilan kemasan, serta strategi pemasaran sederhana yang bisa diterapkan oleh pelaku UMKM skala rumahan. Selain itu, inovasi teknologi pengolahan dan diversifikasi rasa turut dikenalkan melalui praktik pembuatan keripik pisang dengan berbagai varian, meskipun pada tahap awal difokuskan pada varian rasa gurih. Produk tersebut berhasil dikemas dalam plastik bening sederhana berlabel, dan menjadi bukti keberhasilan pelatihan. Serta penguatan kelembagaan dan jaringan mulai terbangun, ditunjukkan adanya dokumentasi keterlibatan aparat desa dalam mendukung struktur organisasi dan membina hubungan kemitraan untuk kegiatan lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Ampa AT, Subur H, Tadampali ACT, Tahir MIT, Sulolipu AA. 2024. PKM KEWIRAUSAHAAN PEMBUATAN KERIPIK PISANG LUMER COKLAT. *J Pengabdi Masy Akad*. 2(2):33–45.

doi:10.59024/jpma.v2i2.729.

Ardiani W, Putra R, Daulay AAS. 2024. PKM OLAHAN PISANG DINGIN GUNUNG MALIGAS MELALUI DIGITAL MARKETING. 05. □□□□□ September:8–31. http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-BOOK_DIGITAL_MARKETING.pdf#page=7.

Ariadi BY, Relawati R, Agustina Y, Haryanto LI, Kamarudin MF. 2024. The Promising Prospect of Banana Production and Marketing in Indonesia. *SOCA J Sos Ekon Pertan*. 18(1):59–76. https://doi.org/10.24843/SOCA.2024.v18.i01.p05.

Aurelia R, Kurniati D, Hutajulu JP. 2022. Daya Saing Ekspor Pisang Indonesia di Negara Tujuan Ekspor Periode 2000-2019. *J Agribisnis Indones*. 10(2):335–349. doi:10.29244/jai.2022.10.2.335-349.

Fadli MR, Fitriani BY, Nispiani N, Aci IP, Rahmawati P, Noviyanti A, Sulastri I, Chayati I, Nisah R, Hartita Y. 2023. Mekarsari Village , Narmada District , Lombok Barat District. 1 April:173–179.

Hartoyo, Koswara S, Rizky Megawati L. 2019. The added value improvement of banana chips business in Tenajar Village, Indramayu District, West Java. *Agrokreatif*. 5(3):251–257. https://doi.org/10.29244/agrokreatif.5.3.251-257.

Iqbal M, Makhrus F. 2024. Inovasi Keripik Pisang Salut dengan Pendekatan Multistrategi untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi Komoditas Pisang. 2(2):446–457.

Lawotan YE, Ice MN, Mbola MA, Merlina M, Pebryanto Y, Liko D, Daro R, Bura MC, Imelda MN, Olensia MT, *et al.* 2024. Pemanfaatan Potensi Lokal Melalui Pembuatan Keripik Pisang Sebagai Peningkatan Umkm Di Desa Ile Gerong. 5(5):9354–9358.

Lermating KF, Aidore HJY, Franklin D. Paiki. 2024. Ketersediaan Dan Aksesibilitas Pangan Lokal: Implikasinya Terhadap Ketahanan Pangan Di Distrik Konda Kabupaten Sorong Selatan Provinsi Papua Barat Daya. *J Adm Terap*. 3(1):102–110.

Mustari, Nurjannah, Nur Arisah, Ratnah S, Nahriana. 2024. PKM Kewirausahaan Pembuatan Keripik Pisang Rasa (KRISANGRA). *J Pengabdi Masy Akad*. 2(2):33–45. doi:10.59024/jpma.v2i2.729.

Nugraha S, Rostini N, Kusumah F, Ismail A. 2024. Keragaman Jenis Pisang Sub-Grup Banana pada Dataran Rendah diKabupaten Bandung Barat, Sukabumi, dan Sumedang. *j Zuriat*. 35(1):35–42. doi:10.24198/zuriat.v.

Painingsih P, Zulfa D, Tarta E, Lidia L, Chandra R, Suraya S. 2025. Analisis Kandungan Vitamin C Keripik Pisang Kepok (Musa Paradisiaca L.). *J Food Secur Agroindustry*. 3(1):7–13. doi:10.58184/jfsa.v3i1.590.

Pratiwi A, Lauren S, Fatinah VH, Novyani Z, Maulidina A, Kimia PS, Pendidikan F, Pengetahuan I, Pendidikan U. 2024. Analisis Metabolomik Pisang Ambon Lumut pada Tahap Pasca Panen sebagai Metode Rapid-Analysis Pematangan Buah. 17(2):160–171.

Purwanti A, Ningrum F. 2024. Sosialisasi Potensi Dan Praktik Pemanfaatan Limbah Kulit Pisang. *BERNAS J Pengabdi Kpd Masy*. 5(1):968–972. https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.6820.

Putra MFH, Fitrianti RA, Prasetyo E. 2025. Pembuatan Keripik Pisang Bu Sami Penguatan UMKM Dengan Pengembangan Varian Rasa Produk Keripik Pisang di Desa Dayurejo Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. 1(1):1–6.

Setiawan H, Herwanto D, Nugraha B. 2024. Pengendalian Kualitas Produksi Keripik Pisang pada UMKM Pekopen Menggunakan Peta Kendali NP dan Kapabilitas Proses. *J Tek Ind Terintegrasi*. 7(2):689–704. doi:10.31004/jutin.v7i2.25671.

Sidayat M, Mahmud H, Kadir Lahati B. 2025. Peningkatan Usaha Keripik Pisang Dengan Diversifikasi Beberapa Macam Produk Di Ternate Utara Kota Ternate. *J Pengabdi Masy Khatulistiwa*. 8(1):15–23. doi:10.31932/jpmk.v8i1.4619.

Syarbiah S, Tauwi. 2024. Pelatihan Inovasi Pengolahan Pisang Menjadi Keripik Pisang Pada Mahasiswa Kelas A Training on Innovation in Processing Bananas into Banana Chips for Class

Vol. 5, No. 4, Juli 2025, Hal. 1511-1520
DOI: https://doi.org/10.54082/jamsi.2035

A Students. *J Pengabdi Masy Terap*. 2(3):11–45.

Triadiarti Y, Nasution AH, Gultom AC. 2018. Pengembangan Varian Rasa Produk Kripik Pisang Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Percut Sei Tuan. *J Pengabdi Kpd Masy*. 23(4):489. doi:10.24114/jpkm.v23i4.8600.

Yulia, Ismail F, Astuti M. 2025. Analisis Inovasi dan Perubahan dalam Organisasi Pendidikan. *J Penelit Ilmu Pendidik Indones*. 4(1):171–181. doi:10.31004/jpion.v4i1.346.

Zebua LI, Purnamasari V, Ondikeleuw M, Lobo GA. 2023. Keragaman Fenetik Pisang Lokal yang Dimanfaatkan oleh Masyarakat Sentani Kabupaten Jayapura, Papua. *J Biol Papua*. 15(1):69–77. doi:10.31957/jbp.2608.

Vol. 5, No. 4, Juli 2025, Hal. 1511-1520
DOI: https://doi.org/10.54082/jamsi.2035

Halaman Ini Dikosongkan