

Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal melalui Pelatihan Produksi dan Pemasaran Dodol Labu Siam

Miki Wijana¹, Mochamad Rifky Wijaya², Yuli Nurholiza³, Rindi Antika⁴

¹Sistem Informasi, Universitas Ma'soem, Indonesia

²Teknologi Pangan, Universitas Ma'soem, Indonesia

³Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Ma'soem, Indonesia

⁴Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Ma'soem, Indonesia

mikiwijana@gmail.com

Received : Mar' 2026 Revised : Apr' 2026 Accepted : May' 2026 Published : May' 2026

ABSTRACT

This Community Service (PKM) was conducted in Tenjolaya Village with the aim of enhancing the community's skills in processing local agricultural products, particularly chayote, into value-added food products such as dodol labu siam (chayote dodol). The main problems faced by the local community include limited knowledge of hygienic production techniques, attractive and standardized packaging, as well as modern digital marketing strategies. Using a community-based training approach, the program was carried out in several stages, including needs assessment, material design, training in production and packaging, online marketing training, and monitoring and evaluation. The results show that participants successfully improved their skills in producing higher quality dodol labu siam, designing more modern and appealing product packaging, and utilizing social media and e-commerce platforms to expand market reach. This program also had a positive impact on motivating the community to develop local-based businesses and strengthen product competitiveness in the digital era. Therefore, this PKM initiative contributed to empowering the village economy through local food product innovation and the digital transformation of micro, small, and medium enterprises (MSMEs).

Keywords: Chayote Dodol; Online Marketing; Packaging; Tenjolaya Village; Training.

ABSTRAK

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Tenjolaya dengan tujuan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah potensi lokal berupa labu siam menjadi produk olahan bernilai tambah, yaitu dodol labu siam. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat setempat adalah keterbatasan pengetahuan mengenai teknik produksi yang higienis, pengemasan yang menarik dan sesuai standar, serta strategi pemasaran modern berbasis digital. Melalui metode *community based training*, kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahap, yaitu: observasi dan analisis kebutuhan, Penyusunan materi, pelatihan produksi dan pengemasan, pelatihan pemasaran *online*, serta monitoring dan evaluasi. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat mampu meningkatkan keterampilan dalam produksi dodol labu siam dengan kualitas lebih baik, membuat kemasan produk yang modern dan menarik, serta memanfaatkan media sosial dan *marketplace* untuk memperluas jangkauan pemasaran. Program ini juga berdampak positif dalam meningkatkan motivasi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal sekaligus memperkuat daya saing produk di era digital. Dengan demikian, PKM ini berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui inovasi produk pangan lokal dan transformasi digital UMKM.

Kata Kunci: Desa Tenjolaya; Dodol Labu Siam; Pelatihan; Pemasaran *Online*; Pengemasan.

PENDAHULUAN

Desa Tenjolaya, Kabupaten Bandung, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pertanian *hortikultura* yang cukup besar, khususnya pada komoditas labu siam. Tanaman labu siam relatif mudah dibudidayakan, memiliki produktivitas tinggi, serta tersedia sepanjang tahun[1], [2], [3]. Namun demikian, pemanfaatan labu siam oleh masyarakat umumnya masih terbatas pada konsumsi segar sebagai sayuran, sehingga nilai tambah ekonomi yang dihasilkan masih rendah. Kondisi ini menyebabkan potensi ekonomi lokal belum dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah komoditas labu siam adalah melalui diversifikasi produk olahan pangan[3], [4]. Dodol labu siam merupakan inovasi produk olahan yang memiliki peluang pasar cukup baik karena memiliki cita rasa khas, daya simpan relatif lama, serta dapat dikembangkan sebagai produk usaha mikro masyarakat. Selain itu, pengolahan labu siam menjadi dodol dapat menjadi solusi dalam mengatasi *fluktuasi* harga hasil panen sekaligus membuka peluang usaha berbasis rumah tangga[5]. Namun, masyarakat Desa Tenjolaya masih menghadapi beberapa kendala, antara lain keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam proses produksi olahan pangan, belum memahami teknik pengemasan dan standarisasi produk, serta minimnya kemampuan pemasaran baik secara konvensional maupun digital.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah belum optimalnya pemanfaatan teknologi sederhana dalam proses produksi dan pemasaran produk. Sebagian besar masyarakat masih memasarkan produk secara tradisional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Padahal, pemanfaatan strategi pemasaran yang tepat, termasuk pemasaran digital, dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang terstruktur melalui pelatihan produksi dan pemasaran produk olahan berbasis potensi lokal.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam memproduksi dodol labu siam yang berkualitas, meningkatkan kemampuan dalam pengemasan dan standarisasi produk, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Melalui pelatihan diharapkan masyarakat mampu menghasilkan produk dodol labu siam yang bernilai ekonomi lebih tinggi, memiliki daya saing, serta mampu meningkatkan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan. Selain itu, kegiatan juga diharapkan dapat mendorong tumbuhnya jiwa kewirausahaan dan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Tenjolaya, Kabupaten Bandung.

Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan pelatihan produksi dan pemasaran dodol labu siam menjadi penting sebagai upaya pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal guna meningkatkan nilai tambah produk pertanian, memperluas peluang usaha, serta mendukung penguatan ekonomi masyarakat desa.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) adalah pendekatan partisipatif dengan model *Community Based Training*[6], di mana masyarakat Desa Tenjolaya dilibatkan secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan dipilih agar peserta tidak hanya menerima pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mendapatkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan.



Gambar 1. Metode Penelitian

Adapun Langkah-langkah pelaksanaan meliputi:

1. Observasi dan analisis kebutuhan; dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi di lapangan sekaligus mengidentifikasi permasalahan serta potensi yang ada[7]. Melalui observasi, peneliti atau pelaksana kegiatan dapat melihat secara langsung situasi, perilaku, maupun lingkungan sehingga data yang diperoleh lebih objektif dan faktual. Selanjutnya, analisis kebutuhan bertujuan menentukan kebutuhan utama dan prioritas yang harus dipenuhi, sehingga program atau kegiatan yang dirancang dapat tepat sasaran, efektif, serta sesuai dengan kondisi riil masyarakat atau objek penelitian.
2. Penyusunan materi pelatihan; adalah untuk menyusun bahan ajar yang sistematis, terstruktur, dan sesuai dengan kebutuhan peserta agar proses pelatihan berjalan efektif[8]. Dengan perancangan yang baik, materi dapat lebih mudah dipahami, relevan dengan tujuan pelatihan, serta mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta secara optimal.
3. Pelaksanaan Pelatihan; adalah untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman langsung kepada peserta sesuai dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi [9]. Melalui pelatihan, peserta diharapkan mampu menguasai materi, meningkatkan kompetensi, serta dapat menerapkan hasil pembelajaran dalam praktik nyata secara efektif dan bermanfaat.
4. Monitoring dan Evaluasi; dilakukan melalui observasi keterampilan peserta, kuesioner kepuasan, serta penilaian terhadap kualitas produk dan efektivitas strategi pemasaran[10][11]. Hasil evaluasi digunakan untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan selanjutnya.
5. *Output* Kegiatan, diantaranya:
 - a. Produk olahan dodol labu siam yang berkualitas dan siap jual.
 - b. Kemasan produk yang menarik dan sesuai standar.

c. Akun media sosial/*marketplace* sebagai sarana pemasaran *online*.

Metode ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat Desa Tenjolaya dalam mengolah potensi lokal, memperluas akses pasar melalui digitalisasi, serta mendorong perekonomian desa agar lebih mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi dan Analisis Kebutuhan

Tim pelaksana melakukan survei lapangan untuk mengidentifikasi potensi lokal, permasalahan yang dihadapi masyarakat, serta kesiapan peserta dalam mengikuti pelatihan.



Gambar 2. Observasi dan Analisis Kebutuhan

Penyusunan Materi Pelatihan

Penyusunan Materi Pelatihan meliputi :

1. Produksi; teknik pembuatan Dodol Labu Siam dengan standar higienis dan cita rasa konsisten.
2. Pengemasan; strategi pengemasan modern, menarik, dan sesuai standar keamanan pangan.
3. Pemasaran *Online*; pemanfaatan media sosial seperti (*WhatsApp, Instagram, Facebook*) dan *marketplace* (*Shopee, Tokopedia*) untuk menjangkau konsumen lebih luas.

Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan program PKM di Desa Tenjolaya telah terlaksana dengan baik sesuai dengan rencana. Kegiatan diikuti oleh 30 peserta yang terdiri dari ibu rumah tangga, pemuda desa, serta pelaku UMKM. Kegiatan dilakukan selama tiga tahap, yaitu pelatihan produksi, pelatihan pengemasan, dan pelatihan pemasaran secara *online*.

a. Sesi Teori



Gambar 3. Seminar Produksi, Pengemasan dan Pemasaran *Online*

Seminar Produksi, Pengemasan, dan Pemasaran *Online* bertujuan memberikan wawasan dan pengetahuan kepada peserta mengenai cara menghasilkan produk yang berkualitas, mengemasnya secara menarik dan sesuai standar, serta memasarkan produk melalui media digital. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong pemanfaatan teknologi dalam pengembangan bisnis yang lebih efektif dan modern tentunya. Berikut link materi yang di sampaikan dalam seminar:

b. Sesi Praktik

1) Tahap Poduksi:



Gambar 4. Paktik produksi

Praktik produksi Dodol Labu Siam memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam mengolah labu siam menjadi produk olahan bernilai tambah. Melalui kegiatan ini, peserta belajar tahap demi tahap proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga menghasilkan dodol yang siap konsumsi. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan, kreativitas, serta membuka peluang usaha berbasis potensi lokal.

2) Tahap Pengemasan

Praktik pengemasan Dodol Labu Siam bertujuan melatih peserta dalam mengemas produk secara menarik, higienis, dan sesuai standar agar memiliki nilai atau daya jual lebih tinggi. Melalui kegiatan ini, peserta

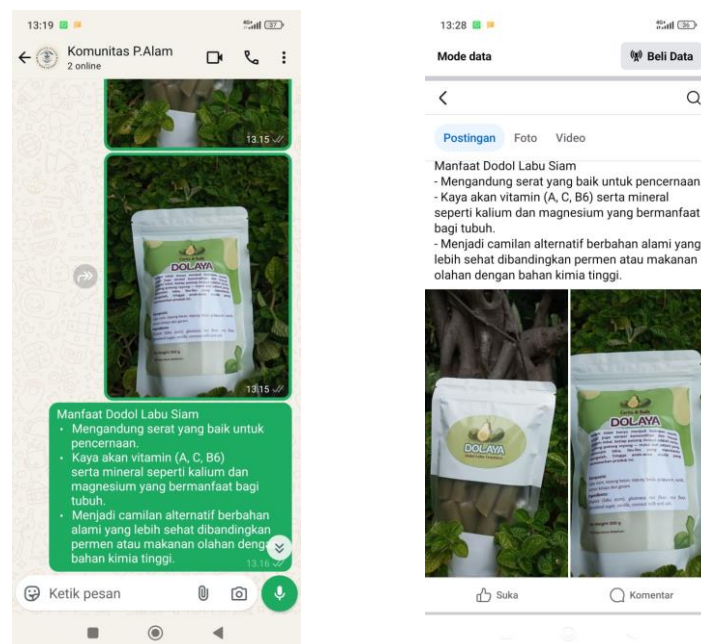
belajar memilih bahan kemasan, teknik pengemasan yang tepat, serta desain label yang informatif, sehingga produk dapat lebih mudah dipasarkan dan mampu menarik minat konsumen.



Gambar 5. Hasil Pengemasan

3) Pemasaran Online

Praktik pemasaran *online* Dodol Labu Siam bertujuan untuk melatih peserta memanfaatkan *platform* digital, seperti media sosial dan *marketplace*, sebagai sarana promosi dalam penjualan produk. Melalui kegiatan ini, peserta belajar membuat konten menarik, menentukan strategi pemasaran yang tepat, serta menjangkau konsumen lebih luas, sehingga produk Dodol Labu Siam dapat dikenal dan diminati di pasar yang lebih besar.



Gambar 6. Praktik pemasaran secara Online (WhatsApp dan Facebook)

c. Pendampingan

Pendampingan produksi, pengemasan, dan pemasaran *online* bertujuan untuk memberikan bimbingan langsung kepada peserta agar mampu menghasilkan produk berkualitas, mengemasnya dengan menarik dan higienis, serta memasarkan secara efektif melalui media digital. Dengan adanya pendampingan, peserta tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga arahan praktis sehingga keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam pengembangan usaha.



Gambar 6. Penyerahan Hasil Produksi Dodol Labu Siam

Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui observasi keterampilan peserta, kuesioner kepuasan, serta penilaian terhadap kualitas produk dan efektivitas strategi pemasaran. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan program selanjutnya. Berikut merupakan hasil kuesioner Monitoring dan Evaluasi:

Tabel 1. Kepuasan Terhadap Pelatihan

No	Aspek yang Dinilai	Sangat Puas (%)	Puas (%)	Cukup (%)	Kurang (%)	Tidak Puas (%)
1	Kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta	45	40	10	5	0
2	Kejelasan penyampaian materi oleh narasumber	50	35	10	5	0
3	Kualitas materi pelatihan	42	43	10	5	0
4	Manfaat pelatihan bagi peningkatan keterampilan	48	37	10	5	0
5	Ketersediaan alat dan bahan praktik	40	45	10	5	0
6	Pelaksanaan praktik produksi labu siam	46	39	10	5	0
7	Interaksi dan komunikasi selama pelatihan	44	41	10	5	0
8	Waktu pelaksanaan pelatihan	38	42	15	5	0

No	Aspek yang Dinilai	Sangat Puas (%)	Puas (%)	Cukup (%)	Kurang (%)	Tidak Puas (%)
9	Fasilitas dan kenyamanan tempat pelatihan	41	44	10	5	0
10	Kepuasan secara keseluruhan	47	38	10	5	0
	Rata-Rata	44,1%	40,4%	10,5%	5%	0%

Berdasarkan hasil evaluasi kepuasan peserta terhadap pelatihan produksi labu siam yang diikuti oleh 30 responden, diperoleh nilai rata-rata kepuasan sebesar 95% dari skala 5, yang termasuk dalam kategori sangat puas, puas dan cukup puas. Aspek dengan nilai tertinggi adalah kejelasan penyampaian materi oleh narasumber (50%), menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

Tabel 2. Hasil *Pretest - Posttest*

No	Indikator	Rata-Rata Pretest	Rata-Rata Posttest	Peningkatan (%)
1	Pengetahuan budidaya labu siam	55	80	45,45%
2	Pemahaman proses produksi	58	82	41,38%
3	Keterampilan pengolahan produk	52	78	50,00%
4	Pemahaman sanitasi & kualitas	60	85	41,67%
5	Pemahaman pemasaran produk	50	79	58,00%
	Rata-Rata	55,0	80,8	47,3%

Keterangan: Rata-rata peningkatan = 47,3% (Kategori: Meningkatkan Signifikan)

Hasil pengukuran *pretest* dan *posttest* menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta secara signifikan. Nilai rata-rata *pretest* sebesar 55,0 meningkat menjadi 80,8 pada *posttest*, dengan rata-rata peningkatan sebesar 47,3%. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator pemahaman pemasaran produk sebesar 58%, yang menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan produksi tetapi juga aspek kewirausahaan peserta.

Output Kegiatan

Kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa masyarakat Desa Tenjolaya memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk olahan berbasis labu siam. Sebelum dilaksanakan pelatihan, produk dijual dalam bentuk kemasan sederhana dan terbatas di pasar lokal dengan harga relatif rendah. Setelah adanya inovasi produksi dan pengemasan, produk dodol labu siam memiliki nilai tambah yang signifikan baik dari sisi kualitas maupun tampilan. Selain itu, strategi pemasaran *online* terbukti menjadi salahsatu solusi yang cukup efektif dalam memperluas

pasar. Peserta yang sebelumnya belum mengenal konsep digital marketing kini mampu mengelola akun bisnis *online* dan mempromosikan produk secara mandiri. Hal ini sejalan dengan tren transformasi digital UMKM yang mendorong peningkatan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas[12].

Kegiatan juga memperlihatkan bahwa pendampingan intensif sangat penting agar peserta lebih percaya diri dan konsisten dalam mengelola usaha. Tantangan yang terjadi diantaranya keterbatasan akses internet di beberapa wilayah desa serta keterampilan digital sebagian peserta yang masih rendah. Namun, dengan bimbingan dan pendampingan berkelanjutan, tantangan tersebut dapat diminimalisasi.

Dengan demikian, program pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi masyarakat dalam mengembangkan produk lokal. Produk Dodol Labu Siam Desa Tenjolaya kini memiliki potensi untuk dipasarkan lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga regional bahkan nasional, seiring dengan meningkatnya tren konsumsi produk olahan tradisional yang dikemas modern dan dipasarkan secara digital.

PENUTUP

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan mampu meningkatkan keterampilan masyarakat dalam tiga aspek utama, yaitu:

1. Produksi, Peserta mampu mengolah labu siam menjadi dodol dengan teknik yang lebih higienis, cita rasa konsisten, serta kualitas produk yang baik.
2. Pengemasan, Peserta memperoleh keterampilan dalam merancang kemasan modern dan menarik, termasuk penggunaan label produk yang sesuai standar keamanan pangan, sehingga meningkatkan nilai jual produk.
3. Pemasaran *Online*, Peserta terampil dalam memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana promosi dan penjualan, sehingga jangkauan pemasaran produk tidak hanya terbatas pada pasar lokal tetapi juga dapat diperluas ke wilayah lain.

Program ini juga memberikan dampak positif berupa meningkatnya motivasi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal serta memanfaatkan teknologi digital sebagai strategi pemasaran yang efektif. Walaupun masih terdapat kendala berupa keterbatasan akses internet dan variasi kemampuan digital peserta, kegiatan ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam memberdayakan masyarakat desa melalui inovasi produk lokal. Dengan demikian, PKM ini dapat disimpulkan berhasil meningkatkan daya saing produk Dodol Labu Siam Desa Tenjolaya serta mendukung upaya penguatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan UMKM berbasis potensi lokal dan transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. S. M. Margaliu, "Analisis Pendapatan Rumah Tangga Petani Labu Siam Di Sekitar Tahura Wan Abdul Rachman Desa Sungai Langka Kabupaten Pesawaran," 2025.

-
- [2] I. M. Prastowo, "Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Petani Labu Siam," *J. Penelit. Dan Pengemb. Sains Dan Hum.*, Vol. 6, No. 3, Pp. 422-429, 2022.
 - [3] D. R. Sasewa, M. J. J. Langi, And A. Saerang, "Usaha Pengembangan Labu Siam (*Sechium Edule* (Jacq.) Sw.) Di Kecamatan Tomohon Timur Kota Tomohon," *Kontan J. Ekon. Manaj. Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, 2023.
 - [4] S. Ayuningtyas *Et Al.*, "Pelatihan Pembuatan Selai Labu Siam Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Tambah Wirausaha Di Desa Tapak Siring Kecamatan Sukau, Kabupaten Lampung Barat," *J. Pengabdi. Dan Pemberdaya. Masy. Inov.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 27-33, 2023.
 - [5] M. Munawarah, K. Hayati, And D. A. Pulungan, "Program Kemitraan Masyarakat Melalui Inovasi Panganan Berbahan Dasar Labu Siam Dan Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Ekonomi," *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdi. Pada Masy.*, Vol. 4, No. 2, Pp. 136-145, 2020.
 - [6] V. A. Pebrianti, N. A. Anggraini, A. R. E. Putri, V. R. W. Sasmita, And J. Jatmiko, "Pengimplementasian Program Cemara (Cendekia Muda Berkarakter) Di Desa Kalipang Dengan Metode Community Based Participatory Research," *Dedik. Nusant. J. Pengabdi. Masy. Pendidik. Dasar*, Vol. 4, No. 1, Pp. 25-33, 2024.
 - [7] M. Wijana, "Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Santri Pondok Pesantren Miftahul Falah Ash-Shiddiqie Bandung," *J. Abdimu (Pengabdian Kpd. Masyarakat)*, Vol. 5, No. 1, Pp. 9-17, 2025.
 - [8] M. Wijana, Y. Muhyidin, And A. Wibowo, "Pelatihan Aplikasi Microsoft Office Powerpoint Untuk Metode Pembelajaran," *J. Abdimu Pengabdi. Kpd. Masy.*, Vol. 1, No. 2, Pp. 48-52, 2021.
 - [9] M. Kartika, N. Khoiri, N. A. Sibuea, And F. Rozi, "Learning By Doing, Training And Life Skills," *Mudabbir J. Res. Educ. Stud.*, Vol. 1, No. 2, Pp. 91-103, 2021.
 - [10] N. Yusnita, D. Hendana, A. Sulistiyo, And H. Permana, "Pengembangan Platform E-Commerce Dan Konten Media Sosial Untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran Umkm Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) Di Kabupaten Subang," *J. Pengabdi. Tangerang Selatan [Jurantas]*, Vol. 2, No. 3, Pp. 200-210, 2024.
 - [11] R. Agusnawati, N. Nurfadillah, N. Wiradana, And A. Muktamar, "Efektivitas Evaluasi Strategi Dalam Manajemen Pengendalian Mutu Organisasi," *Indones. J. Innov. Multidisipliner Res.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 87-105, 2024.
 - [12] G. Godwin, S. R. P. Junaedi, M. Hardini, And S. Purnama, "Inovasi Bisnis Digital Untuk Mendorong Pertumbuhan Umkm Melalui Teknologi Dan Adaptasi Digital," *Adi Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, Vol. 5, No. 2, Pp. 41-47, 2024.
-