

Optimalisasi Klaster UMKM Sirup Patikala melalui Inovasi Pengemasan dan Strategi Pemasaran Digital di Desa Kambo

Thitin Binalopa^{1*}, Kurniati Tajuddin², Chalik Mawardi³

^{1,2,3}Politeknik Dewantara, Indonesia

¹Thitinatidewantara14@gmail.com

²Kurniatitajuddin180@gmail.com

³chalikmawardi@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian ini dilaksanakan di Desa Kambo, Palopo, untuk meningkatkan nilai tambah sirup kecombrang (patikala) melalui klasterisasi UMKM, pelatihan pengemasan, dan pemasaran digital. Kegiatan mencakup pelatihan teknik pengemasan higienis, desain label, serta optimalisasi media sosial seperti WhatsApp Business dan Facebook Marketplace. Program ini diikuti oleh 20 peserta yang terdiri atas ibu rumah tangga dan anggota kelompok wanita tani. Hasil menunjukkan peningkatan keterampilan dalam pengemasan serta kemampuan membuat dan mengelola akun bisnis digital. Sebuah klaster usaha kecil terbentuk dan berkomitmen untuk memproduksi sirup secara rutin. Kegiatan ini memperkuat peran masyarakat dalam kewirausahaan lokal berbasis potensi daerah.

Kata Kunci: sirup kecombrang, pengemasan, pemasaran digital, UMKM, Desa Kambo

Pendahuluan

Desa Kambo memiliki potensi sumber daya alam berupa kecombrang (*Etlingera elatior*) atau patikala. Tanaman ini memiliki cita rasa khas dan berpotensi diolah menjadi produk pangan fungsional. Namun, potensi ini belum dioptimalkan karena keterbatasan dalam pengemasan dan pemasaran. Produk sirup patikala yang dihasilkan masyarakat belum memiliki daya saing dalam hal tampilan dan distribusi. Kelompok wanita tani dan ibu rumah tangga belum memperoleh pelatihan dalam pengemasan produk secara higienis dan menarik serta belum memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk pemasaran.

Pengabdian ini bertujuan memberikan solusi melalui klasterisasi produksi, pelatihan pengemasan modern, dan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini mengacu pada pendekatan pemberdayaan dan kolaboratif yang relevan untuk meningkatkan kemandirian dan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 16 Mei 2025 di Kantor Lurah Kambo, Kecamatan Mungkajang, Kota Palopo. Sasaran kegiatan adalah 20 orang peserta dari ibu rumah tangga dan kelompok wanita tani yang ditentukan berdasarkan keterlibatan aktif dalam produksi sirup lokal.

Metode pelaksanaan meliputi: Penyampaian materi teknik pengemasan (sterilisasi botol, pemilihan kemasan, desain label, dan aspek legal), Simulasi langsung

pengemasan sirup, Pelatihan pemasaran digital (pembuatan akun bisnis, teknik foto produk, caption menarik, manajemen pesanan) dan Simulasi unggah produk di media sosial.

Indikator keberhasilan mencakup kemampuan peserta dalam melakukan pengemasan mandiri dan menggunakan media sosial untuk promosi. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara setelah pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan dampak positif terhadap keterampilan dan motivasi peserta dimana Peserta mampu melakukan pengemasan dengan baik menggunakan botol plastik dan kaca. Desain label sederhana berhasil dibuat oleh peserta. 80% peserta membuat akun bisnis dan mulai memasarkan produk via WhatsApp Group dan *Facebook Marketplace*. Terbentuk satu klaster usaha kecil yang memproduksi secara rutin dan berbagi peran dalam produksi dan pemasaran

Selanjutnya hasil dari pengabdian ini juga menunjukkan bahwa intervensi ini berhasil meningkatkan daya saing produk lokal, menumbuhkan jiwa kewirausahaan, dan mendorong kolaborasi antar peserta



Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa pelatihan klasterisasi, pengemasan, dan pemasaran digital mampu meningkatkan nilai tambah produk lokal. Klaster usaha sirup patikala Desa Kambo menjadi contoh pemberdayaan berbasis potensi daerah yang dapat direplikasi di wilayah lain. Disarankan kegiatan lanjutan seperti pendampingan legalitas produk dan pelatihan branding.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lurah Kambo dan seluruh peserta pelatihan atas partisipasi aktifnya

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Politeknik Dewantara atas dukungan pendanaan dan fasilitas kegiatan

Referensi

Fitriani, E., & Hidayati, I. (2020). Strategi Pemasaran Produk UMKM melalui Media Sosial di Masa Pandemi. *Jurnal Niagawan*, 9(2), 103–110.

- Handayani, A. (2021). Pengaruh Label dan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(1), 45–52.
- Mulyani, S., & Sari, D. A. P. (2023). Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi Daerah*, 4(1), 22–30.
- Ningsih, R., & Fauziah, R. (2021). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Kemandirian Ekonomi Kelompok Perempuan Tani. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Agroindustri*, 2(2), 90–98.
- Putra, D. R., & Wulandari, S. (2022). Optimalisasi Pemasaran Digital melalui WhatsApp Business untuk Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Transformasi Digital UMKM*, 1(1), 12–20.