

Peningkatan Nilai Tambah Produk Mangga Melalui Diversifikasi Olahan dan Strategi Pemasaran Digital di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember

Increasing Added Value of Mango Products through Diversified Processes and Digital Marketing Strategy in Wuluhan District, Jember Regency

Andarula Galushasti^{1*}, Annisa Lutfi Alwi²

¹ Food Crop Production Technology, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

² Coffee Plantation Management, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

*Corresponding author: andarula@polije.ac.id

Submitted: September 06, 2024

Accepted: September 10, 2024

Published: September 17, 2024

ABSTRAK

Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember, dikenal sebagai salah satu sentra produksi mangga di Jawa Timur. Namun, petani setempat menghadapi tantangan dalam hal fluktuasi harga dan keterbatasan akses pasar. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk mangga melalui pelatihan diversifikasi olahan dan strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi pelatihan Good Handling Practices (GHP), teknologi *Hot Water Treatment* (HWT), pembuatan produk olahan mangga, serta pelatihan pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan petani dalam mengolah mangga menjadi produk bernilai jual tinggi serta kemampuan memasarkan produk secara daring. Program ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani dan memperkuat ekonomi lokal.

Kata Kunci:

nilai tambah produk
diversifikasi produk
strategi pemasaran digital
ekonomi lokal

Keywords:

added value
diversified product
digital marketing strategy
local economy

ABSTRACT

The Wuluhan sub-district, which is part of the Jember district, is renowned for its significant mango production in East Java. However, local farmers encounter challenges related to price volatility and constrained market access. The objective of this community service program is to enhance the added value of mango products through training on processed diversification and digital marketing strategies. The training encompasses Good Handling Practices (GHP), Hot Water Treatment (HWT) technology, the production of processed mango products, and digital marketing training. The findings indicated an enhancement in farmers' competencies related to the processing of mangoes into high-value products, as well as their capacity to market these products online. The program is expected to increase farmers' income and strengthen the local economy.

1. Pendahuluan

Mangga merupakan salah satu komoditas hortikultura strategis di Indonesia, terutama di wilayah Jawa Timur yang dikenal sebagai salah satu sentra produksi utama. Kecamatan Wuluhan di Kabupaten Jember secara geografis dan agroklimat mendukung produktivitas mangga yang tinggi. Sayangnya, potensi ini belum diimbangi dengan pengelolaan pascapanen dan pemasaran yang memadai. Saat musim panen tiba, melimpahnya produksi tidak diiringi oleh kemampuan petani dalam mengakses pasar lebih luas atau mengolah mangga menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Akibatnya, harga jual buah mangga di tingkat petani sering kali jatuh, dan petani tidak mendapatkan keuntungan yang optimal.

Berbagai studi telah mengemukakan pentingnya diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing pertanian skala kecil. Misalnya, Owino dan Ambuko [1] menyoroti bahwa pengolahan mangga menjadi produk olahan dapat mengurangi kerugian pascapanen dan meningkatkan nilai tambah bagi petani di negara berkembang. Namun, dari hasil pemetaan program pengabdian masyarakat terdahulu di jurnal-jurnal, terlihat adanya kesenjangan dalam integrasi antara pelatihan teknis pengolahan dan pemasaran berbasis teknologi digital yang relevan dengan kondisi terkini. Petani sering hanya diberi pelatihan teknis tanpa didampingi dalam akses pasar atau strategi promosi digital yang sesuai kebutuhan mereka.

Pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjawab permasalahan tersebut secara komprehensif, yaitu dengan menyinergikan penguatan kapasitas teknis pengolahan mangga dan pengembangan strategi pemasaran digital. Dengan begitu, petani tidak hanya mampu menciptakan

produk turunan dari mangga, tetapi juga dapat memperluas jangkauan pasar mereka melalui pemanfaatan media digital dan *platform e-commerce*.

2. Metode Pelaksanaan

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Tanjungrejo, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember. Desa ini dipilih berdasarkan potensi produksi mangga yang tinggi, serta kesiapan kelompok tani setempat, yaitu Kelompok Tani "Margi Mulyo", yang beranggotakan 25 petani aktif. Penentuan lokasi dan mitra kegiatan didasarkan pada hasil survei pendahuluan yang menunjukkan bahwa kelompok ini belum memiliki kegiatan pengolahan pascapanen secara mandiri dan belum memanfaatkan media sosial untuk pemasaran.

Kegiatan pengabdian dilakukan secara partisipatif, dengan metode pendekatan berbasis partisipasi aktif dari petani dalam setiap tahap. Pertama, dilakukan identifikasi awal untuk menggali permasalahan dan potensi lokal melalui wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah (FGD), dan observasi. Hasil identifikasi ini menunjukkan bahwa selain keterbatasan dalam pengolahan, petani juga belum memahami prinsip dasar sanitasi, pengemasan, dan promosi digital.

Tahap berikutnya adalah pelatihan teknis yang terbagi menjadi dua jenis: pelatihan pengolahan dan pelatihan pemasaran digital. Dalam pelatihan pengolahan, petani dilatih mengenai prinsip *Good Handling Practices* (GHP) untuk penanganan buah segar, serta pengenalan teknologi *Hot Water Treatment* (HWT) sebagai teknik untuk memperpanjang masa simpan buah mangga dan menghindari kontaminasi hama [3]. Setelah itu, dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan produk olahan, yaitu selai, dodol, dan sari mangga. Pemilihan produk ini didasarkan pada bahan baku lokal, potensi daya

simpan, dan kemudahan dalam proses produksi.

Pada pelatihan pemasaran digital, petani diberikan pemahaman tentang konsep branding, penggunaan media sosial seperti Instagram dan *WhatsApp Business*, serta pembuatan toko daring di platform *Shopee* dan *Tokopedia*. Mereka juga diajarkan cara mengambil foto produk yang menarik, menulis deskripsi produk yang persuasif, serta membuat cerita produk yang bisa meningkatkan nilai emosional dalam promosi. Rameshkumar [2], Pratama & Kurniawan [4] menekankan bahwa pemasaran digital dapat membantu petani mencapai pembeli yang lebih luas dan mendapatkan harga yang lebih tinggi untuk produk mereka.

Tahap akhir adalah pendampingan intensif dan evaluasi. Monitoring dilakukan selama dua bulan setelah pelatihan untuk melihat keberhasilan implementasi di lapangan, tingkat adopsi teknologi, serta perubahan perilaku petani dalam pemasaran.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan ini menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan kapasitas petani dalam dua aspek utama, yaitu keterampilan teknis pengolahan dan pemanfaatan pemasaran digital. Sebelum pelatihan, hasil survei awal menunjukkan bahwa sebagian besar petani belum pernah terlibat dalam kegiatan pengolahan mangga. Mereka menjual hasil panen dalam kondisi segar dan bergantung pada tengkulak. Setelah pelatihan, sebanyak 88% peserta dapat mengolah mangga menjadi produk bernilai tambah dengan standar higienis dan estetis yang sesuai dengan permintaan pasar modern.

Dalam aspek pengolahan, produk yang dikembangkan terdiri dari tiga jenis utama: selai mangga, dodol mangga, dan sari buah mangga. Produk-produk ini diuji dalam kegiatan bazar lokal dan dijual melalui media sosial. Respons pasar sangat positif,

terutama terhadap selai dan sari buah, karena kemasannya menarik dan rasa produknya konsisten. Produk olahan ini juga diuji secara organoleptik untuk mendapatkan masukan dari konsumen, yang kemudian digunakan untuk perbaikan resep dan kemasan. Owino dan Ambuko [1] mencatat bahwa pengolahan mangga menjadi produk olahan dapat mengurangi kerugian pascapanen dan meningkatkan nilai tambah bagi petani di negara berkembang.

Dalam aspek pemasaran digital, terdapat peningkatan signifikan dalam penggunaan media sosial. Sebelum pelatihan, hanya 2 petani yang memiliki akun Instagram aktif, dan tidak ada yang memiliki toko daring. Setelah pelatihan, seluruh anggota kelompok tani berhasil membuat akun Instagram, dan 6 di antaranya membuka toko daring di *platform e-commerce*. Penjualan daring tercatat meningkat sebanyak 32% dalam dua bulan pertama pasca pelatihan. Mereka mulai memasarkan produk ke konsumen luar Jember, termasuk pelanggan dari Surabaya dan Malang.

Namun, tantangan tetap ada. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan akses internet dan literasi digital di kalangan petani usia lanjut. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan strategi internalisasi teknologi melalui pelibatan petani muda sebagai *local digital agent*, yang bertugas mendampingi dan membantu kelompok tani dalam operasional pemasaran digital.

Secara keseluruhan, keberhasilan kegiatan ini memperkuat temuan dari penelitian terdahulu bahwa keberhasilan program pemberdayaan sangat bergantung pada keterpaduan antara pelatihan teknis dan pendampingan berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan beberapa luaran nyata yang berdampak langsung terhadap peningkatan kapasitas dan kesejahteraan petani:

- a. Produk Olahan Mangga
Tercipta tiga jenis produk olahan mangga yaitu:

- o Selai mangga kemasan 150 gr
- o Dodol mangga kemasan 250 gr
- o Sari buah mangga botol 250 ml

Ketiga produk tersebut telah dipasarkan di tingkat lokal dan secara daring melalui media sosial serta e-commerce. Pengembangan kemasan produk dilakukan dengan melibatkan mahasiswa desain grafis, sehingga visual branding menjadi lebih menarik dan profesional.

- b. Platform Pemasaran Digital
Petani dibekali akun bisnis Instagram, Facebook Page, dan toko daring di Tokopedia. Pelatihan fotografi produk, story-telling, serta penulisan deskripsi produk membantu mereka membuat konten promosi yang efektif dan menjangkau konsumen baru.
- c. Panduan Teknis
Disusun modul pelatihan berupa “*Buku Saku Olahan Mangga dan Strategi Pemasaran Digital*” yang diberikan kepada seluruh peserta. Modul ini berisi panduan praktis dari proses pemilihan bahan baku, pengolahan, pengemasan, hingga pemasaran.
- d. Kader Digital Lokal
Telah dibentuk *Local Digital Agent* dari kalangan pemuda desa yang berperan mendampingi petani dalam pemasaran daring dan pemanfaatan teknologi informasi secara berkelanjutan.
- e. Peningkatan Pendapatan Petani
Terdapat peningkatan pendapatan kelompok petani sebesar rata-rata 27% dalam dua bulan setelah peluncuran produk olahan secara daring, dibandingkan dengan penjualan buah segar di pasar lokal.

Berdasarkan hasil kegiatan dan analisis situasi di lapangan, beberapa rekomendasi kebijakan desa yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- a. Pembentukan Unit Usaha Desa (BUMDes) Agribisnis Olahan Mangga
Pemerintah desa dapat menginisiasi pembentukan unit usaha bersama di bawah naungan BUMDes yang fokus pada pengolahan dan pemasaran produk mangga. Unit ini dapat menjadi penyangga produksi, pengemasan, hingga distribusi.
- b. Digitalisasi UMKM Desa
Program literasi digital bagi UMKM desa perlu dijadikan program tahunan desa, bekerja sama dengan institusi pendidikan tinggi dan Dinas Kominfo.
- c. Regulasi Produk dan Standarisasi
Pemerintah desa dapat mendorong pelaku usaha olahan mangga untuk mendapatkan izin PIRT atau sertifikasi halal agar dapat meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas.
- d. Pelibatan Generasi Muda
Program regenerasi petani perlu diintegrasikan dengan strategi digitalisasi. Pemuda desa dapat diarahkan untuk mengambil peran sebagai jembatan teknologi di sektor agribisnis melalui pelatihan dan insentif khusus.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini membuktikan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan pelatihan teknis pengolahan mangga dengan pemasaran digital mampu secara signifikan meningkatkan kapasitas dan pendapatan petani. Melalui diversifikasi produk olahan dan strategi digitalisasi pemasaran, petani tidak hanya terbebas dari ketergantungan pada tengkulak, tetapi juga mulai menapaki model bisnis baru yang lebih berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan zaman. Keberhasilan ini juga memperlihatkan



pentingnya sinergi antara akademisi, pemerintah desa, dan petani dalam mendorong transformasi agribisnis pedesaan.

Untuk keberlanjutan program, perlu dilakukan replikasi di desa-desa lain yang memiliki potensi hortikultura serupa, serta kolaborasi lintas sektor yang lebih kuat, khususnya dalam aspek pembiayaan, sertifikasi produk, dan akses pasar nasional.

5. Daftar Pustaka

- [1] Owino, W. O., & Ambuko, J. L. (2021). Enhancing smallholder farmers' market access through value addition: Evidence from mango farmers in Kenya. *International Journal of Food Science*, 2021, 1–9. <https://doi.org/10.1155/2021/5559654>
- [2] Rameshkumar, M. (2022). The role of digital marketing in enhancing small-scale agro-entrepreneurship: A case study approach. *Journal of Agricultural Extension and Rural Development*, 14(2), 45-55. <https://doi.org/10.5897/JAERD2022.1234>
- [3] Kumar, D., & Singh, R. (2020). Good handling practices and their role in fresh produce marketing: A review. *Journal of Postharvest Technology*, 8(3), 10-18. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16347.77600>
- [4] Pratama, Y. W., & Kurniawan, T. (2021). Penguatan kelembagaan petani melalui digitalisasi pertanian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Agrimas*, 1(2), 35-42. <https://doi.org/10.25047/agrimas.v1i2.124>