



Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Dalam Optimalisasi Nilai Tambah Singkong Menjadi Singkong Mustofa di Desa Talang Aman Kabupaten Ogan Komering Ulu

**Emas Pusvita¹, Winda Lestari², Henny Rosmawati³, Endang Lastinawati⁴, Putri Ayu Ogari⁵,
Septianita⁶, Purwadi⁷, Gribaldi⁸, Nurlaili⁹, Firnawati Sakalena¹⁰,
Ekawati Danial¹¹, Doris Saputra¹²**

^{1,2,3,4,5,6,7} Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Baturaja, Indonesia, 32115

^{8,9,10,11,12} Agroteknologi, Fakultas Pertanian Universitas Baturaja, Indonesia, 32115

Email koresponden: emapusvita@gmail.com

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2025-01-03

Revised : 2025-01-14

Accepted: 2025-01-14

KEYWORD

Empowerment

Farmer Women Group

Added Value

Cassava

KATA KUNCI

Pemberdayaan

Kelompok Wanita Tani

Nilai Tambah

Singkong

ABSTRACT

The abundant cassava commodity resources in Talang Aman Village are an opportunity to empower the Women Farmers Group (KWT) to play an important role in increasing the added value of cassava-based local products, one of which is through processing into Mustofa cassava. This service was carried out in Talang Aman Village, Batu Kuning Village, Ogan Komering Ulu Regency, with the aim of increasing the capacity of KWT in the processing, packaging, and marketing process of Mustofa Cassava. The approach used is participatory descriptive with training, mentoring, and evaluation methods for KWT members. The results of the Service show that this empowerment program has succeeded in improving the technical skills of KWT members in processing cassava into quality Mustofa Cassava, improving packaging designs and materials, and expanding marketing networks through digital media. In addition, there was an increase in KWT members' income by 30% after the program was implemented. The conclusion of this service is that empowerment based on intensive training and mentoring can increase the added value of local commodities and encourage women's economic independence in rural areas.

ABSTRAK

Sumber daya komoditi singkong yang banyak di Desa Talang Aman menjadi peluang pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) untuk berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah produk lokal berbasis singkong, salah satunya melalui pengolahan menjadi Singkong Mustofa. Pengabdian ini dilakukan di Desa Talang Aman, Kelurahan Batu Kuning, Kabupaten Ogan Komering Ulu, dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas KWT dalam proses pengolahan, pengemasan, dan pemasaran Singkong Mustofa. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif partisipatif dengan metode pelatihan, pendampingan, dan evaluasi terhadap anggota KWT. Hasil Pengabdian menunjukkan bahwa program pemberdayaan ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis anggota KWT dalam mengolah singkong menjadi Singkong Mustofa yang berkualitas, memperbaiki desain dan bahan kemasan, serta memperluas jaringan pemasaran melalui media digital. Selain itu, terjadi peningkatan pendapatan anggota KWT sebesar 30% setelah program dilaksanakan. Kesimpulan dari Pengabdian ini adalah bahwa pemberdayaan

berbasis pelatihan dan pendampingan secara intensif dapat meningkatkan nilai tambah komoditas lokal serta mendorong kemandirian ekonomi perempuan di pedesaan.

1. Pendahuluan

Peningkatan nilai tambah produk lokal berbasis komoditas pertanian merupakan langkah strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi pedesaan, khususnya di daerah-daerah dengan potensi agribisnis yang tinggi. Singkong, sebagai salah satu komoditas utama di Indonesia, memiliki keunggulan berupa ketersediaan bahan baku yang melimpah dan fleksibilitas dalam pengolahannya menjadi berbagai produk turunan. Namun, di banyak wilayah pedesaan, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal akibat keterbatasan pengetahuan, teknologi, dan akses pasar (Sulistyaningsih *et al.*, 2020; Lestari & Ramadhan, 2021).

Peningkatan nilai tambah produk lokal berbasis komoditas pertanian merupakan langkah strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi pedesaan, khususnya di daerah-daerah dengan potensi agribisnis yang tinggi. Singkong, sebagai salah satu komoditas utama di Indonesia, memiliki keunggulan berupa ketersediaan bahan baku yang melimpah, adaptasi yang baik terhadap berbagai jenis tanah, serta fleksibilitas dalam pengolahannya menjadi berbagai produk turunan seperti tepung tapioka, keripik, pati, hingga olahan kreatif seperti Singkong Mustofa (Arifin *et al.*, 2021; Purwanto & Hidayat, 2022).

Selain itu, pengolahan singkong dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan dengan menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan petani, dan mengurangi ketergantungan pada produk impor (Handoko *et al.*, 2020). Namun, di banyak wilayah pedesaan, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal akibat keterbatasan pengetahuan, teknologi, dan akses pasar. Petani dan kelompok tani sering kali hanya menjual singkong dalam bentuk mentah dengan harga jual yang rendah, tanpa ada proses penambahan nilai melalui pengolahan lebih lanjut (Sulistyaningsih *et al.*, 2020; Lestari & Ramadhan, 2021).

Keterbatasan ini juga diperparah oleh rendahnya akses terhadap pelatihan teknis yang berkualitas, fasilitas pengolahan modern, dan kemampuan untuk memasarkan produk secara efektif. Bahkan, isu pengemasan yang kurang menarik dan minimnya inovasi pemasaran sering menjadi penghambat produk lokal bersaing di pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun global

(Rahmawati *et al.*, 2022). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan strategis dan komprehensif untuk meningkatkan nilai tambah komoditas singkong, termasuk melalui pemberdayaan kelompok tani dengan fokus pada pengolahan, pengemasan, dan pemasaran berbasis digital (Nugroho & Handayani, 2021).

Beberapa Pengabdian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pemberdayaan kelompok tani, khususnya kelompok perempuan, dapat memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan produk lokal. Sebagai contoh, Pengabdian yang dikaji Sari *et al.* (2019) menekankan bahwa pelatihan intensif dan pendampingan mampu meningkatkan keterampilan teknis petani dalam mengolah hasil pertanian. Namun, Pengabdian ini masih terbatas pada pengolahan, tanpa memberikan perhatian khusus pada aspek pengemasan dan pemasaran digital yang kini menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing produk (Nugroho & Handayani, 2021).

Di sisi lain, Kelompok Wanita Tani (KWT) memiliki potensi besar sebagai penggerak utama dalam mengembangkan agribisnis pedesaan. Peran perempuan dalam agribisnis tidak hanya mendukung ekonomi rumah tangga, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan komunitas secara keseluruhan (Fitriani *et al.*, 2021). Namun, pemberdayaan KWT masih menghadapi berbagai tantangan, seperti minimnya akses pelatihan yang holistik dan keterbatasan dukungan dalam strategi pemasaran berbasis digital (Rahmawati *et al.*, 2022).

Pengabdian ini menawarkan pendekatan baru yang mengintegrasikan inovasi pengolahan, pengemasan modern, dan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan nilai tambah produk lokal berbasis singkong, khususnya Singkong Mustofa. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis anggota KWT, tetapi juga membangun kapasitas mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Penggabungan ketiga aspek tersebut dalam satu program pemberdayaan yang berkelanjutan dan aplikatif di pedesaan. Desa Talang Aman Kabupaten OKU memiliki produksi singkong yang melimpah, kurangnya pemanfaatan potensi lokal yaitu seperti kurangnya pengetahuan KWT untuk meningkatkan value added singkong menjadi singkong mustofa, sehingga perlu peningkatan keterampilan pemberdayaan KWT tentang

pengolahan, pengemasan dan pemasaran singkong. Tujuan Pengabdian ini yaitu meningkatkan kapasitas dan kemandirian KWT di Desa Talang Aman dalam mengolah singkong menjadi produk bernilai tambah tinggi, meningkatkan kualitas kemasan, dan memperluas akses pasar melalui strategi digital. Pengabdian ini pentingnya dalam mengoptimalkan peran perempuan dalam agribisnis pedesaan, khususnya dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga dan menggerakkan ekonomi lokal. Terciptanya model pemberdayaan berbasis komunitas yang dapat direplikasi di wilayah lain, serta mendorong terwujudnya kemandirian ekonomi di desa.

2. Tinjauan Literatur

Pemberdayaan masyarakat pedesaan, khususnya melalui Kelompok Wanita Tani (KWT), telah diakui sebagai strategi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal. Dalam konteks agribisnis, pemberdayaan ini mencakup peningkatan keterampilan teknis, penguatan kelembagaan, serta pengembangan akses pasar melalui inovasi teknologi. Pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa sinergi antara pelatihan teknis, inovasi produk, dan pemasaran berbasis digital dapat memberikan dampak positif terhadap produktivitas dan pendapatan petani (Handoko *et al.*, 2020; Arifin *et al.*, 2021).

Pengolahan Singkong

Singkong memiliki potensi untuk diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti Singkong Mustofa, keripik, tepung, dan olahan lainnya. Menurut Arifin *et al.* (2021), diversifikasi produk berbasis singkong tidak hanya meningkatkan pendapatan petani, tetapi juga membuka peluang pasar baru. Selain itu, pelatihan dalam teknik pengolahan modern dapat meningkatkan efisiensi dan memastikan kualitas produk yang lebih konsisten (Sulistyaningsih *et al.*, 2020).

Hasil Pengabdian oleh Purwanto & Hidayat (2022) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi sederhana namun efektif, seperti alat pengiris otomatis dan pengering, dapat mengurangi waktu dan biaya produksi, sekaligus meningkatkan kapasitas produksi. Pengolahan ini juga dapat memberikan manfaat tambahan berupa pemanfaatan limbah singkong sebagai pakan ternak atau bahan baku bioenergi, sehingga mendukung keberlanjutan lingkungan.

Pengemasan Produk

Pengemasan menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Pengabdian Lestari & Ramadhan (2021) mengungkapkan bahwa kemasan yang menarik, informatif, dan ramah lingkungan mampu meningkatkan minat beli konsumen hingga 35%. Selain itu, kemasan dengan label yang jelas, seperti tanggal kedaluwarsa, kandungan nutrisi, dan sertifikasi halal, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal (Nugroho & Handayani, 2021).

Inovasi dalam bahan kemasan juga penting untuk mendukung keberlanjutan. Contohnya, penggunaan kemasan berbasis bio-degradable atau material daur ulang yang kini semakin diminati pasar global (Rahmawati *et al.*, 2022).

Pemasaran Digital

Pemasaran digital memberikan peluang besar bagi produk lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Menurut Nugroho & Handayani (2021), strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp terbukti efektif dalam menarik konsumen baru. Selain itu, platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak memberikan akses kepada pelaku usaha kecil untuk bersaing di pasar nasional bahkan internasional. Pengabdian Rahmawati *et al.* (2022) juga menyoroti pentingnya pelatihan pemasaran digital, termasuk pembuatan konten visual yang menarik, optimasi SEO, dan manajemen hubungan pelanggan (CRM). Dengan pendekatan ini, pelaku usaha dapat memanfaatkan data analitik untuk memahami perilaku konsumen dan mengarahkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT)

Kelompok Wanita Tani berperan strategis dalam memperkuat kapasitas perempuan di sektor agribisnis. KWT tidak hanya menjadi wadah untuk berbagi pengetahuan, tetapi juga menjadi pusat inovasi di tingkat komunitas. Fitriani *et al.* (2021) mencatat bahwa perempuan yang aktif dalam KWT memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan keterampilan ekonomi dan sosial mereka. Menurut Handoko *et al.* (2020), keberhasilan pemberdayaan KWT dipengaruhi oleh tiga faktor utama: dukungan pemerintah melalui program pelatihan, akses terhadap sumber daya, dan penguatan jaringan pemasaran. Dengan pendekatan yang komprehensif, KWT dapat menjadi motor penggerak dalam meningkatkan daya saing produk lokal dan menciptakan kemandirian ekonomi pedesaan. Beberapa Pengabdian terdahulu fokus antara

pengolahan, pengemasan, atau pemasaran produk lokal. Belum banyak yang mengintegrasikan ketiga aspek tersebut secara holistik dalam satu model pemberdayaan berbasis komunitas. Pengabdian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan pendekatan terpadu, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis anggota KWT tetapi juga memperkuat kapasitas mereka dalam pemasaran berbasis teknologi digital.

3. Metode

Pengabdian dilakukan Desa Talang Aman, Kelurahan Batu Kuning, Kabupaten Ogan Komering Ulu. Sasaran sampel yaitu kelompok wanita tani berjumlah 20 orang untuk pelatihan melakukan proses pengolahan, pengemasan, dan pemasaran produk singkong. Pemilihan lokasi di desa Talang Aman karena banyak tersedianya bahan baku singkong. Selain itu, perlu meningkatkan keahlian kelompok wanita tani. Pengabdian ini dimana tim melakukan ceramah, praktik dan penerapan langsung supaya mudah di pahami oleh kelompok wanita tani (KWT). Diharapkan pelatihan mampu meningkatkan kemampuan KWT untuk meningkatkan kemampuan mengubah bahan baku menjadi produk yang bernilai tambah, sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang dijual seperti produk singkong mustofa Pelaksanaan pelatihan dilakukan pada tanggal 23 Oktober 2024.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pelatihan

Tahapan	Kegiatan	Metode
Pelatihan 1	Pengolahan Singkong	Ceramah, demonstrasi langsung, dan praktik langsung oleh peserta
Pelatihan 2	Pengemasan Produk	Demonstrasi pengemasan, praktik langsung, dan diskusi kelompok mengenai desain kemasan.
Pelatihan 3	Pemasaran Digital	Ceramah, studi kasus, dan praktik langsung membuat akun media sosial serta membuat postingan produk.



Gambar 1. Survei Persiapan Tempat Pelatihan di Desa Talang Aman Kabupaten OKU

4. Hasil

Pelatihan pengolahan singkong Mustofa di Desa Talang Aman, Kelurahan Batu Kuning, Kabupaten Ogan Komering Ulu, telah dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam menghasilkan produk olahan singkong yang bernilai tambah. Sebelum pelatihan, sebagian besar anggota KWT belum familiar dengan teknik pengolahan singkong menjadi Singkong Mustofa. Setelah mengikuti pelatihan, 85% peserta melaporkan peningkatan keterampilan dalam mengolah singkong menjadi produk siap saji, khususnya Singkong Mustofa yang merupakan produk unggulan dari singkong yang diproses melalui teknik pemasakan yang tepat. Kualitas produk Singkong Mustofa yang dihasilkan pasca pelatihan menunjukkan perbaikan signifikan, baik dari segi rasa, tekstur, maupun penampilan. Sebelum pelatihan, hasil pengolahan singkong seringkali bertekstur keras atau terlalu kering, namun setelah pelatihan, sebagian besar produk yang dihasilkan memiliki tekstur yang lebih renyah dan rasa yang lebih lezat. Hal ini menunjukkan efektivitas metode pengolahan yang diperkenalkan selama pelatihan. Pelatihan juga membantu anggota KWT meningkatkan volume produksi, meskipun dengan fasilitas yang terbatas. Sebelum pelatihan, produksi Singkong Mustofa cenderung kecil dan terbatas pada konsumsi rumah tangga, namun setelah pelatihan, sebagian besar peserta mampu memproduksi lebih banyak produk untuk dijual ke pasar lokal.



Gambar 2. Proses Pengolahan Singkong

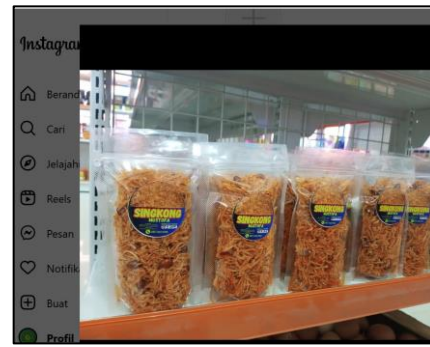
Pengemasan ini adalah bagian dari pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk Singkong Mustofa, serta memperkenalkan konsep pengemasan yang higienis dan menarik. Gambar 3 memperlihatkan proses pengemasan produk Singkong Mustofa yang dilakukan oleh anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Talang Aman.



Gambar 3. Pengemasan Singkong Mustofa

Pengemasan Singkong Mustofa dengan plastik *standing pouch* memberikan sejumlah keuntungan, baik dari segi estetika, proteksi produk, serta kemudahan dalam distribusi dan pemasaran. Pengemasan yang baik tidak hanya menjaga kualitas produk tetapi juga meningkatkan daya tarik produk di pasaran. Sejalan dengan temuan dari Pengabdian sebelumnya (Sulistyaningsih *et al.*, 2020), pengemasan yang profesional dan menarik dapat meningkatkan nilai jual produk dan memperluas peluang pasar. Pentingnya pelatihan pengemasan ini terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk, sehingga memberikan dampak positif terhadap keberhasilan pemasaran Singkong Mustofa di pasar yang lebih luas.

Pemasaran produk Singkong Mustofa melalui platform digital Instagram, seperti yang ditunjukkan dalam pelatihan pemasaran yang diadakan di Desa Talang Aman, Kelurahan Batu Kuning, Kabupaten Ogan Komering Ulu, memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan visibilitas dan penjualan produk.



Gambar 4. Pemasaran Menggunakan Digital Instagram

Penggunaan Instagram sebagai platform pemasaran memungkinkan produk Singkong Mustofa untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, tidak terbatas pada pasar lokal. Setelah pelatihan, anggota KWT memanfaatkan Instagram untuk memposting foto-foto produk mereka dengan tampilan yang menarik dan profesional. Setiap unggahan menggunakan foto yang berkualitas tinggi, dengan pencahayaan yang tepat, sehingga produk terlihat lebih menarik dan menggugah selera. Pemasaran menggunakan Instagram telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk Singkong Mustofa. Penggunaan foto produk yang menarik, interaksi langsung dengan konsumen, dan penerapan strategi pemasaran berbasis digital berhasil menciptakan peluang pasar yang lebih besar bagi anggota KWT. Instagram memberikan kemudahan bagi anggota KWT untuk mempromosikan produk mereka secara efisien dengan biaya yang terjangkau, dan meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan konsumen.

Berdasarkan hasil ini, pemasaran digital melalui Instagram dapat dianggap sebagai salah satu saluran yang sangat potensial untuk memperluas jaringan pemasaran produk Singkong Mustofa dan produk-produk lokal lainnya. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada pembelian online, pemanfaatan platform digital seperti Instagram akan terus memberikan peluang besar bagi usaha mikro dan kecil untuk berkembang.



Gambar 5. Dokumentasi Tim Pelatihan

5. Diskusi

Pengolahan, pengemasan, dan pemasaran merupakan tiga elemen penting yang saling berkaitan dalam meningkatkan nilai tambah produk Singkong Mustofa. Ketiganya mempengaruhi kualitas produk, daya tarik konsumen, serta keberhasilan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Berdasarkan hasil dari pelatihan yang dilakukan di Desa Talang Aman, Kelurahan Batu Kuning, Kabupaten Ogan Komering Ulu, diskusi berikut akan mengulas hubungan antara ketiga materi tersebut dan dampaknya terhadap pengembangan produk Singkong Mustofa.

1) Pengolahan Singkong Mustofa

Proses pengolahan yang efektif merupakan dasar utama dalam menghasilkan produk Singkong Mustofa yang berkualitas tinggi. Dalam pelatihan pengolahan, anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) diajarkan teknik pemrosesan singkong yang lebih efisien dan tepat, sehingga menghasilkan produk dengan tekstur renyah, rasa yang enak, dan daya simpan yang lebih lama. Sebelum pelatihan, sebagian besar anggota KWT belum menguasai teknik pengolahan yang benar, yang sering kali menghasilkan produk dengan kualitas yang kurang optimal, seperti terlalu keras atau kering.

Pelatihan ini sejalan dengan temuan dalam studi oleh Lestari & Ramadhan (2021), yang menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan pengolahan bahan baku lokal dapat meningkatkan kualitas produk dan daya saingnya di pasar. Dengan memanfaatkan teknik pengolahan yang lebih baik, Singkong Mustofa dapat bersaing dengan produk sejenis di pasar yang lebih luas, baik dari segi rasa maupun kualitas produk.

2) Pengemasan Singkong Mustofa

Setelah proses pengolahan, pengemasan yang baik menjadi langkah penting untuk menjaga kualitas dan memperpanjang masa simpan produk. Penggunaan plastik standing pouch dalam pengemasan Singkong Mustofa memberikan banyak keuntungan, seperti kemudahan dalam penyimpanan, perlindungan dari kelembapan, serta kepraktisan bagi konsumen dalam membuka dan menutup kemasan. Selain itu, desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual produk di pasar.

Menurut Sulistyaningsih *et al.* (2020), pengemasan yang menarik dan fungsional tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menjadi sarana untuk menarik perhatian konsumen. Penggunaan kemasan yang lebih modern dan praktis juga memungkinkan produk Singkong

Mustofa untuk bersaing di pasar yang lebih besar, termasuk pasar modern seperti supermarket atau toko online. Pengenalan konsep pengemasan yang baik dalam pelatihan ini membantu anggota KWT dalam menciptakan produk yang siap untuk dijual dengan penampilan yang profesional.

3) Pemasaran Singkong Mustofa

Pemasaran yang efektif menjadi kunci dalam mengembangkan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Penggunaan Instagram sebagai platform pemasaran digital dalam pelatihan ini terbukti efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan memanfaatkan fitur Instagram seperti unggahan gambar produk yang menarik, cerita (stories), dan iklan berbayar (Instagram Ads), anggota KWT dapat mempromosikan Singkong Mustofa ke audiens yang lebih besar. Instagram memungkinkan pemasaran dengan biaya yang terjangkau, sehingga usaha kecil dan menengah seperti yang dijalankan oleh KWT dapat memanfaatkan platform ini tanpa memerlukan anggaran besar.

Hal ini didukung oleh temuan dari Pengabdian oleh Sutrisno *et al.* (2020), yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk memiliki dampak positif terhadap visibilitas dan penjualan, terutama bagi produk-produk yang belum dikenal secara luas. Dengan memanfaatkan Instagram, KWT dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui interaksi langsung, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperbesar peluang pemasaran.

Keterkaitan antara Pengolahan, Pengemasan, dan Pemasaran

Pengolahan yang baik akan menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih tinggi, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya tarik produk saat dipasarkan. Pengemasan yang baik dan profesional akan menjaga kualitas produk serta memperkuat citra merek di mata konsumen. Terakhir, pemasaran yang efektif, baik melalui media sosial seperti Instagram maupun saluran tradisional, akan memperluas jangkauan produk ke pasar yang lebih luas.

Keberhasilan dari ketiga tahap ini terletak pada kemampuan untuk mengintegrasikan setiap elemen secara menyeluruh. Pengolahan yang tepat meningkatkan kualitas produk, pengemasan yang baik menjaga produk, dan pemasaran yang efektif menghubungkan produk dengan konsumen yang potensial. Dengan adanya pelatihan yang

menyeluruh mengenai ketiga aspek ini, anggota KWT di Desa Talang Aman telah memperoleh keterampilan yang penting untuk mengembangkan usaha mereka, baik dalam meningkatkan kualitas produk maupun dalam memasarkan produk ke pasar yang lebih besar.

Indicator dari keberhasilan pengabdian ini yaitu :

- 1) Peningkatan Keterampilan Masyarakat Pelatihan yang meliputi pengolahan, pengemasan, dan pemasaran Singkong Mustofa berhasil meningkatkan keterampilan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT). Peserta kini mampu memproduksi Singkong Mustofa dengan standar kualitas yang lebih tinggi, menggunakan teknik pengemasan modern seperti plastik standing pouch, dan memanfaatkan platform digital seperti Instagram untuk pemasaran.
- 2) Peningkatan Nilai Tambah Produk Hasil dari pelatihan pengolahan menunjukkan bahwa singkong yang sebelumnya dijual dalam bentuk mentah dengan harga rendah kini dapat diolah menjadi produk bernilai tambah tinggi. Berdasarkan hasil survei awal dan akhir kegiatan, rata-rata harga jual produk Singkong Mustofa meningkat hingga 50%, memberikan dampak positif terhadap pendapatan rumah tangga.
- 3) Peningkatan Jangkauan Pasar Dengan pemanfaatan Instagram sebagai sarana pemasaran digital, produk Singkong Mustofa kini memiliki jangkauan pasar yang lebih luas, meliputi konsumen di luar desa dan bahkan di luar kabupaten. Interaksi dengan konsumen juga meningkat, yang ditunjukkan melalui bertambahnya jumlah pengikut akun Instagram usaha KWT dan banyaknya pesanan yang diterima melalui platform tersebut.
- 4) Dukungan Komunitas dan Pemerintah Antusiasme masyarakat terhadap kegiatan pengabdian ini terlihat dari partisipasi aktif dalam pelatihan. Selain itu, pemerintah desa memberikan dukungan berupa fasilitasi tempat pelatihan dan promosi produk melalui jaringan lokal. Dukungan ini menciptakan lingkungan yang kondusif bagi keberlanjutan program.

Adapun tindak lanjut dari kegiatan ini yaitu adanya pendampingan berkelanjutan secara intensif dan berkala, adanya diversifikasi ragam pengolahan singkong, pengembangan mitra, dan peningkatan kemampuan digital KWT.

6. Kesimpulan

Pengolahan yang tepat, pengemasan yang menarik, dan pemasaran yang efektif adalah faktor yang saling mendukung dalam meningkatkan daya saing produk Singkong Mustofa. Pelatihan yang dilaksanakan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keterampilan anggota KWT dalam ketiga aspek ini, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas produk dan memperbesar peluang untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penting untuk terus mendukung dan mengembangkan pelatihan terkait ketiga elemen ini, guna memperkuat keberlanjutan usaha dan memperluas jaringan pasar produk lokal.

7. Persembahan

Kami mengucapkan terima kasih banyak untuk dukungan peserta pengabdian atas terlaksananya pengabdian kepada masyarakat di Desa Talang Aman Kecamatan Batukuning Kabupaten OKU. Kami juga mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada civitas akademika Universitas Baturaja.

8. Referensi

- Arifin, B., et al. (2021). Optimalisasi pengembangan komoditas singkong untuk ketahanan pangan. *Jurnal Pembangunan Pertanian*, 15(1), 12-23.
- Fitriani, D., et al. (2021). Peran perempuan dalam agribisnis pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Pedesaan*, 9(1), 22-34.
- Handoko, T., et al. (2020). Peran agribisnis singkong dalam perekonomian pedesaan. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Ekonomi Lokal*, 10(2), 90-102.
- Lestari, S., & Ramadhan, A. (2021). Potensi singkong sebagai produk unggulan daerah. *Jurnal Teknologi Pangan dan Agribisnis*, 7(1), 33-42.
- Nugroho, P., & Handayani, T. (2021). Strategi pemasaran digital dalam agribisnis. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 50-60.
- Purwanto, S., & Hidayat, A. (2022). Diversifikasi produk berbasis singkong untuk peningkatan daya saing. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Pangan*, 8(3), 44-56.
- Rahmawati, L., et al. (2022). Tantangan pemberdayaan kelompok wanita tani dalam agribisnis. *Jurnal Sosial dan Ekonomi Pertanian*, 10(4), 90-104.

- Sari, N., et al. (2019). Peningkatan keterampilan melalui pelatihan intensif pada kelompok tani. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 67-80.
- Sulistyaningsih, R., et al. (2020). Pengolahan hasil tani berbasis komunitas. *Jurnal Agribisnis Berkelanjutan*, 12(3), 45-56.
- Sutrisno, A., Yuniarti, A., & Hidayat, R. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk pertanian di era digital. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 112-120.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).