



**PEMBERDAYAAN PETANI MELALUI INOVASI PRODUK OLAHAN JAMBU KRISTAL
DAN DIGITAL MARKETING DESA PATUKGAWEMULYO KEBUMEN**

*Farmer Empowerment through Crystal Guava Product Innovation and Digital Marketing
in Patukgawemulyo Village, Kebumen*

Dwi Puji Astuti^{1*}, Wahyuningsih², Ahmad Jaenudin³

¹Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Semarang, ²Jurusan Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Semarang, ³Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang,

Sekaran, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah

*Alamat Korespondensi: dpastuti@mail.unnes.ac.id

(Tanggal Submission: 12 September 2025, Tanggal Accepted : 25 Oktober 2025)



Kata Kunci :

*Jambu kristal,
inovasi produk,
olahan jambu,
digital
marketing,
kemandirian
desa*

Abstrak :

Sektor pertanian di Kabupaten Kebumen memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian daerah, salah satunya melalui komoditas jambu kristal. Desa Patukgawemulyo, Kecamatan Mirit, merupakan sentra produksi jambu kristal dengan tingkat panen tinggi, namun harga jual buah segar cenderung rendah dan tidak stabil. Kondisi ini diperparah oleh keterbatasan petani dalam melakukan diversifikasi produk, strategi pemasaran, dan manajemen usaha, sehingga potensi ekonomi belum optimal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kelompok tani dalam aspek produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha berbasis komoditas jambu kristal. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, melibatkan 30 anggota Kelompok Tani Margo Mulyo secara aktif melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. Pelatihan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu inovasi produk olahan dan strategi pemasaran. Peserta dilatih memproduksi aneka produk berbahan jambu kristal yang bernilai jual. Selain itu, pelatihan pemasaran meliputi *branding*, *labeling*, desain kemasan, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan teknis peserta dalam mengolah jambu kristal, diversifikasi produk yang mampu memperpanjang umur simpan buah, serta peningkatan pemahaman dalam strategi pemasaran digital. Mitra juga berhasil menghasilkan identitas produk berupa label sederhana dan mulai memasarkan secara daring. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi pada penguatan kemandirian kelompok tani serta mendukung pengembangan

ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Disarankan agar dilakukan pendampingan berkelanjutan guna menjaga keberlanjutan inovasi produk dan memperkuat pemasaran digital.

Key word :

*Crystal Guava,
Product
Innovation,
Processed
Guava Products,
Digital
Marketing,
Village Self-
Reliance*

Abstract :

The agricultural sector in Kebumen Regency contributes significantly to the regional economy, particularly through crystal guava commodities. Patukgawemulyo Village, Mirit Subdistrict, is recognized as a production center of crystal guava with high yields; however, the selling price of fresh fruit tends to be low and unstable. This condition is further exacerbated by farmers' limited ability in product diversification, marketing strategies, and business management, resulting in suboptimal economic potential. This community service program aimed to enhance the capacity of farmer groups in production, marketing, and agribusiness management based on crystal guava commodities. A participatory approach was applied, actively involving 30 members of the Margo Mulyo Farmer Group through planning, implementation, and follow-up stages. The training focused on two main aspects: product innovation and marketing strategies. Participants were trained to produce various value-added crystal guava-based products. In addition, marketing training covered branding, labeling, packaging design, and the use of digital media to expand market reach. The results indicated an improvement in participants' technical skills in guava processing, successful product diversification that extended fruit shelf life, and enhanced understanding of digital marketing strategies. The partners also developed a product identity through basic labeling and initiated online marketing. Thus, this program contributes to strengthening the independence of farmer groups and supporting the development of creative economy based on local potential. Continuous mentoring is recommended to ensure product innovation sustainability and strengthen digital marketing effortstant step in supporting the achievement of SDG Goal 14: Life Below Water.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Astuti, D. P., Wahyuningsih., & Jaenudin, A. (2025). Pemberdayaan Petani Melalui Inovasi Produk Olahan Jambu Kristal dan Digital Marketing Desa Patukgawemulyo Kebumen. *Jurnal Abdi Insani*, 12(10), 5695-5704. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.3043>

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor unggulan di Kabupaten Kebumen. Hal ini dapat terlihat dari dominasi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Kebumen. Kontribusi sektor pertanian terhadap PDRB di Kabupaten Kebumen pada tahun 2024 mencapai angka 19,86% (Kebumen, 2025). Nilai tersebut termasuk tinggi dibandingkan dengan sektor strategis lainnya seperti sektor jasa dan sektor perindustrian. Komoditas pertanian yang ada diantaranya adalah tanaman padi, buah-buahan, dan sayuran. Salah satu produksi buah-buahan terbanyak menurut komoditas, yaitu jambu kristal.

Kecamatan Mirit merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Kebumen yang memiliki sektor pertanian yang unggul terutama tanaman jambu kristal. Kecamatan Mirit memiliki geografi berupa daratan rendah dan wilayah pesisir. Wilayah ini berbatasan dengan Samudra Hindia dan memiliki wilayah pesisir pantai sepanjang 7,0 KM. Penggunaan lahan di Kecamatan Mirit umumnya digunakan sebagai lahan persawahan terutama di wilayah utara. Sementara bagian pesisir, lahan yang



mengandung lebih banyak pasir digunakan untuk pertanian buah, salah satunya didominasi tanaman jambu kristal. Salah satu desa di Kecamatan Mirit yang memiliki produksi jambu kristal melimpah adalah Desa Patukgawemulyo. Wilayah ini mayoritas mata pencahariannya sebagai petani padi dan jambu kristal. Hampir setiap warga menanam pohon jambu kristal baik di halaman rumah maupun di sawah, sehingga hampir 80% dari penduduknya menjadi petani jambu kristal. Para petani jambu kristal tersebut tergabung dalam Kelompok Tani Margo Mulyo. Kelompok Tani Margo Mulyo merupakan mitra yang mengarah pada ekonomi produktif yang memiliki 35 anggota. Produk yang selama ini dihasilkan hanya berupa jambu kristal mentah yang sekaligus menjadi produk unggulan desa yang dipanen setiap 7 hari sekali.

Konsekuensi dari melimpahnya produksi jambu kristal di Desa Patukgawemulyo dan wilayah sekitarnya adalah harga penjualan yang tidak stabil dan cenderung berpotensi merugikan petani. Kerugian tersebut dapat disebabkan oleh periode panen yang bersamaan, permintaan pasar yang tidak seimbang dengan hasil panen, serta overcapacity yang tidak diimbangi dengan keterampilan pengawetan dan pengolahan buah jambu kristal. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2025, produksi jambu kristal di Kecamatan Mirit menjapai 44.400 kwintal dan lebih dari 25% produk jambu berasal dari Desa Patukgawemulyo (Kebumen, 2025). Tingginya tingkat produksi tersebut tidak diimbangi dengan diversifikasi produk olahan jambu kristal sebagai upaya peningkatan nilai tambah dan memperpanjang umur simpan buah. Hal tersebut terutama dikarenakan adanya kategorisasi kualitas jambu kristal menjadi grade A, B, C, dan BS. Jambu kristal dengan kategori grade C dan BS biasanya tidak termanfaatkan dengan optimal, padahal pada masa-masa panen raya jumlah buah dengan grade tersebut ini dapat mencapai rata-rata tujuh ton. Berikut ini gambaran kondisi tanaman jambu kristal dan jambu mentah yang siap panen.



Gambar 1. Jambu Kristal Mentah

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan dengan petani, menunjukkan bahwa perlunya peningkatan kompetensi yang khususnya dalam hal pengolahan produk jambu kristal, pemasaran produk, serta manajemen keuangan. Potensi jambu kristal Desa Patugawemulyo bisa menjadi peluang yang besar dalam membangun bisnis. Mengingat jambu kristal termasuk buah-buahan yang digemari masyarakat dan memiliki nilai gizi yang baik. Sejauh ini produk jambu kristal pascapanen hanya dijual dalam kondisi mental ke pengepul dan dijajahkan dipinggir jalan tanpa adanya diversifikasi produk olahan. Masyarakat sebenarnya ingin melakukan inovasi produk olahan namun mereka tidak memiliki keterampilan untuk membuat olahan tersebut dan kurangnya referensi dalam membuat produk olahan. Penanganan yang tepat seperti pengolahan jambu kristal menjadi diversifikasi produk olahan pangan tentu akan meningkatkan umur simpan (Alamsyah, 2011) (Khashan, 2014) (Astuti *et al.*, 2022). Jambu kristal jika diolah menjadi aneka produk olahan akan bisa meningkatkan nilai jual produk. Saat ini jambu kristal mentah hanya dihargai sangat murah. Bahkan, saat ramadhan tahun 2025 harga jambu kristal dengan grade A hanya dihargai Rp 1.000/kg, dan naik

menjadi Rp 2.500/kg pada saat lebaran. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa harga jual jambu kristal mentah sangatlah rendah bahkan tidak sesuai dengan biaya produksinya.

Selain permasalahan kurangnya diversifikasi olahan produk, permasalahan lain yang dikeluhkan oleh kelompok tani margo mulyo, yaitu terkait pemasaran produk. Selama ini pemasaran produk jambu kristal hanya dilakukan langsung kepada pengepul atau menjual secara eceran di pinggir jalan raya kepada pengguna jalan. Harga yang diberikah oleh tengkulak sangat rendah, yaitu Rp 1.000/kg. Jika dijajahkan di pinggir jalan harga bisa lebih tinggi sekitar Rp 5.000/kg, tetapi biasanya hanya mampu terjual dalam jumlah sedikit. Jambu yang tidak laku akhirnya banyak yang membusuk dan sebagian dijadikan makanan ternak. Harga jual yang sangat rendah ini tentu berpengaruh terhadap pendapatan dan berimbas pada perekonomian petani. Para petani juga kurang memahami pengelolaan pada aspek keuangan, hal ini berdasarkan wawancara dengan ketua kelompok tani, yaitu Bapak Marjono yang menuturkan bahwa para petani belum bisa menghitung harga pokok penjualan sampai produk terjual. Selama ini petani dalam menentukan harga hanya berdasarkan perkiraan dan kondisi pasar. Pemasaran digital yang belum diterapkan mitra juga menjadi kendala selanjutnya yang menyebabkan belum luasnya area pemasaran.

Potensi alam jambu kristal ini perlu didukung dengan manajemen usaha yang baik meliputi aspek produksi dan pemasaran. Berdasarkan latar belakang permasalahan mitra dan mempertimbangkan peluang mitra maka pengabdian ini difokuskan pada aspek produksi berupa inovasi produk yang dapat menciptakan diversifikasi produk jambu kristal, serta aspek pemasaran yang berfokus pada kemasan, labeling dan pemasaran digital guna perluasan pangsa pasar serta aspek pengelolaan keuangan. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para petani dengan potensi lokal yang dimiliki, serta dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu kegiatan ini untuk mendukung tercapainya SDGs point 8, yaitu pertumbuhan ekonomi desa merata, serta point 12, yaitu konsumsi dan produksi desa dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam unggulan.

METODE KEGIATAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode partisipatif, yaitu suatu pendekatan yang secara aktif melibatkan anggota kelompok mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Mitra yang terlibat adalah Kelompok Tani Margo Mulyo yang berlokasi di Desa Patukgawemulyo, Kecamatan Mirit, Kabupaten Kebumen, dengan ketua kelompok yaitu Ibu Khamidah. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada tanggal 4 Agustus 2025, bertempat di rumah kediaman Ibu Khamidah sebagai pusat kegiatan. Kegiatan ini dihadiri oleh sebanyak 30 peserta, yang terdiri atas anggota kelompok tani serta masyarakat sekitar. Pendekatan partisipatif dipilih dengan tujuan agar seluruh peserta tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, diskusi, praktik langsung, serta pendampingan yang dilakukan selama kegiatan berlangsung. Dengan demikian, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas dan kemandirian mitra dalam mengembangkan produk olahan dan strategi pemasaran jambu kristal secara berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, serta tahap evaluasi dan tindak lanjut.

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan analisis kebutuhan bersama mitra terkait pengolahan jambu kristal. Analisis ini mencakup kebutuhan alat produksi, bahan pendukung, serta potensi produk olahan yang dapat dikembangkan. Seluruh hasil analisis dijadikan dasar dalam penyusunan materi pelatihan, pembuatan video tutorial pengolahan, dan perencanaan strategi pemasaran yang akan disampaikan pada tahap pelaksanaan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini melibatkan dua fokus kegiatan utama, yaitu produksi dan pemasaran.



- a. Produksi. Mitra dilatih dalam mengolah aneka produk berbahan dasar jambu kristal dengan memanfaatkan peralatan dan bahan yang telah disiapkan. Pelatihan disertai penyampaian video tutorial yang dapat digunakan mitra sebagai sarana pembelajaran mandiri. Selanjutnya, tim pengabdian melakukan pendampingan intensif dalam proses produksi agar mitra mampu menghasilkan produk dengan kualitas baik, bernilai gizi, dan memiliki daya simpan lebih lama.
 - b. Pemasaran. Pada aspek pemasaran, tim memberikan pelatihan mengenai strategi *branding*, *labeling*, penggunaan kemasan ramah lingkungan, serta pemanfaatan media digital untuk promosi. Pendampingan juga dilakukan untuk memastikan mitra dapat mengimplementasikan desain label, melakukan branding produk, serta memasarkan produk melalui platform digital.
3. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut
- Evaluasi dilakukan secara partisipatif bersama mitra untuk menilai keberhasilan inovasi produk maupun strategi pemasaran yang telah dilaksanakan. Evaluasi pada aspek produksi difokuskan pada kualitas hasil olahan, kandungan gizi, dan ketahanan produk. Sementara pada aspek pemasaran, evaluasi diarahkan pada efektivitas labeling, branding, daya tarik kemasan, serta pemanfaatan digital marketing. Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah menguatkan kapasitas mitra agar dapat mengelola produksi dan pemasaran secara mandiri, serta menjaga keberlanjutan usaha melalui inovasi produk dan pemanfaatan teknologi pemasaran modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian Kelompok Tani Margo Mulyo dalam mengolah dan memasarkan jambu kristal. Metode partisipatif digunakan agar mitra dapat terlibat aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan diawali dengan analisis kebutuhan yang dilakukan bersama kelompok tani. Hasil diskusi menunjukkan bahwa mitra menghadapi keterbatasan dalam inovasi produk olahan, belum memiliki keterampilan pengemasan yang baik, serta belum optimal dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Jambu kristal yang mengandung banyak manfaat yang berguna untuk menghindarkan tubuh dari berbagai macam penyakit (Romalasari *et al.*, 2017). Menjawab permasalahan tersebut, tim pengabdian menyusun program berupa pelatihan pengolahan produk jambu kristal dan pemasaran digital. Persiapan meliputi pengadaan alat dan bahan produksi, perancangan materi pelatihan, penyusunan video tutorial, serta desain label produk yang sesuai dengan identitas kelompok tani. Berdasarkan hasil diskusi bersama kelompok tani dan berdasarkan referensi sebelumnya, jambu kristal akan diolah menjadi selai, pie, dan nastar (Roessali *et al.*, 2017) (Djajati *et al.*, 2022). Selain itu, jambu kristal dengan karakteristik warna yang sama sekali berbeda, telah dimanfaatkan untuk diolah menjadi produk manisan kering (Mahmudah *et al.*, 2018). Kemudian, produk olahan jambu kristal yang lebih sederhana dan cenderung mudah dibuat adalah manisan buah atau seringkali disebut juga dengan istilah manisan basah (Hartanto *et al.*, 2019) (Rupasari *et al.*, 2022).

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dibagi menjadi dua fokus utama, yaitu pengolahan produk (produksi) dan strategi pemasaran.

a. Produksi.

Pada sesi pelatihan produksi, peserta diperkenalkan secara komprehensif terhadap teknik pengolahan jambu kristal menjadi berbagai produk inovatif yang memiliki nilai jual lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan buah segar semata. Kegiatan pelatihan dilaksanakan melalui

kombinasi metode ceramah, demonstrasi, diskusi, serta praktik langsung sehingga peserta tidak hanya memahami konsep pengolahan secara teoritis, tetapi juga terampil dalam mengaplikasikannya. Pendekatan partisipatif ini membuat mitra mampu menguasai proses produksi dari tahap persiapan bahan, teknik pengolahan, pengemasan, hingga penyajian produk akhir yang siap dipasarkan. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pelatihan pengolahan jambu kristal yang diikuti oleh para ibu.



Gambar 2. Proses pembuatan olahan jambu kristal

Melalui rangkaian pelatihan tersebut, peserta berhasil menghasilkan enam jenis produk olahan berbasis jambu kristal, yaitu: (1) pie jambu kristal dengan isian berbahan dasar buah segar yang memberikan cita rasa khas sekaligus memiliki daya tarik visual tinggi; (2) manisan kering yang diolah melalui proses pengeringan sehingga memiliki daya simpan lebih panjang, praktis dibawa, dan mudah dipasarkan ke berbagai segmen konsumen; (3) manisan basah dengan cita rasa segar khas jambu yang mampu memenuhi selera konsumen yang menyukai makanan ringan tradisional dengan sentuhan inovasi; (4) selai jambu kristal yang dapat digunakan sebagai olesan roti, campuran kue, maupun bahan tambahan pada berbagai menu makanan modern; (5) nastar isi jambu kristal sebagai bentuk inovasi dari produk kue kering populer yang dipadukan dengan bahan lokal sehingga memiliki ciri khas tersendiri dan berpotensi menjadi produk unggulan musiman; serta (6) tepung jambu kristal yang dikembangkan melalui proses pengeringan dan penghalusan, sehingga dapat dijadikan bahan baku campuran minuman, kue, maupun produk pangan fungsional dengan nilai kesehatan yang lebih tinggi.

Pelatihan ini memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam mengenali keunggulan dan karakteristik setiap produk, mulai dari aspek rasa, tekstur, daya simpan, hingga potensi pasarnya. Dengan demikian, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman mengenai pentingnya diversifikasi produk sebagai strategi untuk memperpanjang umur simpan jambu kristal, mengurangi risiko kerugian akibat surplus produksi, serta meningkatkan nilai tambah melalui produk olahan dengan segmen pasar yang lebih luas. Selain itu, pelatihan ini mendorong peserta untuk mengadopsi prinsip efisiensi penggunaan bahan baku, di mana buah dengan kualitas kurang baik untuk konsumsi segar tetap dapat diolah menjadi produk bernilai jual, sehingga tercipta upaya pemanfaatan hasil panen secara optimal dan berkelanjutan (Suyana *et al.*, 2022).

Secara lebih luas, kegiatan pelatihan produksi ini memberikan kontribusi nyata dalam membangun kemandirian kelompok tani melalui penguasaan keterampilan baru yang aplikatif. Peserta memperoleh kepercayaan diri untuk menghasilkan produk olahan dengan standar mutu yang lebih baik serta memiliki peluang daya saing di pasar lokal maupun daring. Peningkatan kapabilitas ini diharapkan mampu memperluas jaringan pemasaran, menciptakan peluang

usaha baru, serta mendorong terbentuknya usaha mikro berbasis komoditas lokal yang berorientasi pada keberlanjutan. Dengan demikian, program pelatihan produksi tidak hanya berperan dalam aspek teknis pengolahan, tetapi juga berimplikasi pada penguatan ekonomi masyarakat desa melalui pemanfaatan potensi lokal secara inovatif dan berkelanjutan. Berikut merupakan hasil produk yang telah berhasil diproduksi.



Gambar 3. Aneka Produk Yang di Hasilkan

Proses pelatihan yang telah dilakukan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memperkenalkan mereka pada diversifikasi produk yang mampu memperpanjang umur simpan jambu serta meningkatkan nilai jualnya.

b. Pemasaran.

Faktor yang mempengaruhi daya tarik konsumen selain rasa, yaitu pemasaran (Djajati *et al.*, 2022). Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai keuntungan serta keberhasilan dalam menarik minat konsumen adalah inovasi kemasan dan *labeling* produk (Wijayanto *et al.*, 2024). Kemasan menjadi salah satu pilihan keputusan pembelian konsumen. Bagi pelaku usaha penting untuk memahami opini dan persepsi konsumen terhadap kemasan tersebut jika ingin pemasaran yang dilakukan berhasil (Oloyede & Lignou, 2021) (Ramadhina & Mugiono, 2022). Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa inovasi produk dan desain kemasan berpengaruh pada minat beli konsumen maupun loyalitas konsumen (Adisti *et al.*, 2024).

Pada aspek pemasaran, tim pengabdian memberikan pelatihan yang berfokus pada peningkatan kapasitas mitra dalam mengembangkan strategi penjualan produk olahan jambu kristal. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan konsep branding, labeling, serta penerapan strategi promosi digital yang sesuai dengan karakteristik usaha mikro. Peserta dilatih untuk merancang label produk yang sederhana namun komunikatif dan menarik secara visual, dengan memperhatikan prinsip dasar desain kemasan, seperti keterbacaan informasi, pemilihan warna, serta kesesuaian identitas merek. Selanjutnya, peserta memperoleh pendampingan

dalam praktik mengunggah produk pada berbagai platform penjualan daring sebagai sarana perluasan pasar. Selain itu, pelatihan juga menekankan pentingnya pemanfaatan media sosial, seperti WhatsApp Business dan Instagram sebagai media promosi yang efektif, terjangkau, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya memahami teori pemasaran modern, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung untuk mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Peran strategi pemasaran digital dapat menjadi penting dalam upaya mengimbangi perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik dan mengarahkan konsumen (Santoso, 2021). Di era sekarang, konsumen memiliki akses bebas terhadap informasi yang tidak terbatas mengenai produk yang diinginkan dan dapat memilih penawaran yang berbeda dimanapun untuk mendapatkan produk dengan harga terbaik. Di era gelombang baru ini, pemasar semakin menuntut strategi beranggaran rendah dan berdampak tinggi. Kekuatan era ini mendorong pemasar tidak hanya untuk mendapatkan pelanggan baru, tetapi juga berinovasi untuk mempertahankan pelanggan lama, terutama prospek (Santoso, 2021). Berikut merupakan kegiatan pelatihan pemasaran produk.



Gambar 4. Pelatihan Pemasaran Produk

3. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilaksanakan melalui diskusi bersama antara tim pengabdian dan peserta. Pada aspek produksi, peserta dinilai telah mampu menguasai teknik dasar pengolahan enam jenis produk inovatif dari jambu kristal. Produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dari segi variasi, cita rasa, serta daya simpan. Hal ini menjadi solusi atas permasalahan melimpahnya panen jambu yang selama ini hanya dijual dalam bentuk segar.

Pada aspek pemasaran, peserta berhasil menghasilkan label produk dengan identitas kelompok, menggunakan kemasan ramah lingkungan, serta memulai pemasaran melalui media sosial dan platform digital. Evaluasi menunjukkan bahwa meskipun keterampilan promosi digital masih dalam tahap awal, mitra telah memiliki modal pengetahuan dan keterampilan dasar untuk memperluas pasar secara mandiri.

Tindak lanjut dari kegiatan ini diarahkan pada keberlanjutan produksi dan pemasaran. Tim pengabdian mendorong kelompok tani untuk terus berinovasi dalam pengembangan produk, meningkatkan kualitas kemasan, serta memperluas jaringan pemasaran baik secara offline maupun online. Keberhasilan menghasilkan enam produk inovatif menunjukkan bahwa kelompok mitra memiliki potensi besar untuk meningkatkan nilai ekonomi jambu kristal sekaligus mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menghasilkan sejumlah *outcome* yang nyata bagi mitra. Pertama, terjadi peningkatan keterampilan teknis anggota kelompok tani dalam mengolah jambu

kristal menjadi enam jenis produk olahan bernilai ekonomi, yaitu pie, manisan kering, manisan basah, selai jambu, nastar, dan tepung jambu kristal. Diversifikasi produk tersebut mampu memperpanjang umur simpan jambu kristal sekaligus memberikan nilai tambah yang signifikan. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan pengetahuan mitra dalam aspek pemasaran, khususnya terkait branding, labeling, penggunaan kemasan ramah lingkungan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Dampak lainnya adalah terciptanya identitas produk berupa label sederhana yang merepresentasikan kelompok tani sehingga produk menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen. Lebih jauh, kegiatan ini menandai awal terbentuknya sistem pemasaran digital, di mana peserta telah mulai mencoba memasarkan produk melalui platform daring. Keseluruhan proses tersebut turut mendorong penguatan kemandirian kelompok tani, yang tercermin dari meningkatnya kepercayaan diri anggota dalam memproduksi sekaligus memasarkan produk secara mandiri. Dengan demikian, *outcome* kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga berpotensi mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama Kelompok Tani Margo Mulyo di Desa Patukgawemulyo, Kecamatan Mirit, Kabupaten Kebumen, berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam pengolahan dan pemasaran jambu kristal. Melalui metode partisipatif, mitra terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan teknis anggota kelompok dalam mengolah jambu kristal menjadi enam produk olahan bernilai ekonomi, yaitu pie, manisan kering, manisan basah, selai, nastar, dan tepung jambu. Diversifikasi produk ini mampu memperpanjang umur simpan jambu sekaligus meningkatkan nilai tambah. Selain itu, terjadi peningkatan pengetahuan dalam aspek pemasaran, baik dari sisi branding, labeling, penggunaan kemasan ramah lingkungan, maupun pemanfaatan digital marketing. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung berupa peningkatan keterampilan individu, tetapi juga berpotensi mendorong pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Tim pengabdian juga merekomendasikan agar dilakukan monitoring berkala serta pendampingan berkelanjutan, sehingga inovasi produk dan strategi pemasaran yang telah diperoleh dapat terus ditingkatkan dan memberikan dampak ekonomi yang lebih signifikan bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kelompok Tani Margo Mulyo, Kecamatan Mirit, Kabupaten Kebumen atas bantuan dan dukungannya dalam pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) dalam kegiatan BIMA Pengabdian Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun 2025 yang telah mendanai dan memfasilitasi kegiatan pengabdian ini, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak yang telah diberikan sangat berarti bagi kami dan menjadi kunci keberhasilan acara ini. Semoga kerjasama yang baik ini dapat terus terjalin di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisti, Y. R., Lusianti, D., & Faidah, F. (2024). Impact of Product Design and Sales Promotion on Eiger Customer Loyalty. *Journal of Student Research Exploration*, 2(1), 34–43.
- Alamsyah, Y. (2011). *Kursus Wirausaha, Aneka Resep dan Kiat Usaha Kebab dan Burger*. Jakarta (ID): Gramedia Pustaka Utama.
- Astuti, D. P., Kardiyeem, K., & Rachmadani, W. S., (2022). Diversifikasi Olahan Bawang Merah Menjadi



- Produk Bernilai Ekonomis Tinggi di Desa Genengadal Grobogan. *Madaniya*, 3(3), 590–598. <https://doi.org/https://doi.org/10.53696/27214834.240>
- Djajati, S., Yulistiani, R., Dany Priyanto, A., & Dwi Rizkyati, M. (2022). Inovasi Pengolahan dan Pengemasan Jambu Kristal Menggunakan Teknologi Tepat Guna di Alas Prambon Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo. *Journal of Science and Social Development*, 4(2), 7–11. <https://doi.org/10.55732/jossd.v4i2.508>
- Hartanto, M. D. H., Oktavia, N., Fajriyah, A. R., Novita, N. T., Widi, M., & Priyanto, A. D. (2019). Optimalisasi Hasil Afkir Perkebunan Jambu Kristal Menjadi Manisan Basah Di Dusun Ngingas. *Journal of Science and Social Development*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.55732/jossd.v2i1.171>
- Kebumen, B. K. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kebumen Tahun 2024*. <https://kebumenkab.bps.go.id/id/infographic>
- Khashan, A. . (2014). Antibacteria Activity of Garlic Extract (*Allium Sativum*) against *Staphylococcus aureus* In Vitro, , 3(2);. *Global Journal of Bio-Science and Biotechnology*, 3(2), 346–348.
- Mahmudah, Nasrulloh, M. A., Zumala D. A, Z., & Aminullah, A. (2018). Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Industri Kreatif Jambu Kristal Sebagai Olahan Dodol di Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. *LOYALITAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , 1(1), 21–30.
- Oloyede, O. O., & Lignou, S. (2021). Sustainable paper-based packaging: A consumer's perspective. *Foods*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/foods10051035>
- Ramadhina, R., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Roessali, W., Sasmoko, P., & Darwanto. (2017). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengolahan Jambu Merah Delima (*Syzygium semarangense*) di Kabupaten Demak. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 123. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.3.2.123-128>
- Romalasari, A., Susanto, S., Melati, M., & Ahmad Junaedi. (2017). Improvement fruit quality of guava (*Psidium guajava* L.) cv. Krystal By different colors and bagging materials (Indonesia). *J. Hort. Indonesia*, 8(3), 155–161. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jhi.8.3.155-161>
- Rupasari, M., Maukar, A. L., Taslim, A., Ratum, A. S., & Runtut, J. K. (2022). Penyuluhan Budi Daya dan Bisnis Jambu Kristal di Desa Mekarmukti, Kabupaten Bekasi. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 5(1), 77. <https://doi.org/10.31328/js.v5i1.3230>
- Santoso, H. B. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Online Promotion Dan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening Pada Starbucks Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 1–15.
- Suyana, H., Budiman, A. N., & Nurhayati, E. (2022). *Menjadi Eco Enzim Di Desa Bantarsari*. 5(1), 23–26.
- Wijayanto, A., Khoiruddin, M., Syam Widia, S., & Maruto, alsabila N. (2024). Optimalisasi Pembuatan Desain Logo Kemasan di Desa Branjang Sebagai Upaya Penguatan Brand Awareness bagi Produk UMKM Memasuki Digital Marketing. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(4), 2615–2624. <https://doi.org/https://doi.org/10.70609/icom.v4i4.5549>