

PENGUATAN EKONOMI KWT SRIKANDI MELALUI OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DAN DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN CABAI DI PRINGSEWU

Khusnatul Amaliah^{1*}, Dani Rofianto², Tiara Kurnia Khoerunnisa³, Melisa Fitri⁴, Kafka Armelsya⁵, Ni Wayan Sevilla Sekarsari⁶

^{1,2,4} Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak, Politeknik Negeri Lampung

^{3,5,6} Teknologi Pangan, Politeknik Negeri Lampung

email: khusnatul@polinela.ac.id

Abstract: This community service activity aims to strengthen the economy of the Srikandi Women Farmers Group (KWT) in Pekon Srikaton, Adiluwih District, Pringsewu Regency, through the implementation of digital marketing and diversification of processed chili products. The main problems of KWT include limited skills in chili processing and low utilization of digital technology for marketing. The method used is Participatory Action Research (PAR), with stages of socialization, chili processing training, digital marketing training, mentoring, and evaluation. The training activities increased the skills of KWT members in processing chili peppers into various products such as chili flakes, chili powder, and chili oil, as well as improving their ability to utilize social media for promotion. The results of the evaluation showed a significant increase in technical skills, entrepreneurial interest, and motivation of members to develop a business based on chili derivative products. This activity has proven to be effective in encouraging the economic independence of women through the use of technology and product innovation.

Keywords: chili; digital marketing; product diversification

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi Kelompok Wanita Tani (KWT) Srikandi di Pekon Srikaton, Kecamatan Adiluwih, Kabupaten Pringsewu, melalui penerapan digital marketing dan diversifikasi produk olahan cabai. Permasalahan utama mitra meliputi keterbatasan keterampilan dalam pengolahan cabai serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR), dengan tahapan sosialisasi, pelatihan pengolahan turunan cabai, pelatihan digital marketing, pendampingan, serta evaluasi. Kegiatan pelatihan menghasilkan peningkatan keterampilan anggota KWT dalam mengolah cabai menjadi berbagai produk seperti bon cabai, cabai bubuk, dan chili oil, serta meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan teknis sebesar 60%, minat berwirausaha, dan motivasi anggota untuk mengembangkan usaha berbasis produk turunan cabai sebesar 20%. Kegiatan ini terbukti efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi perempuan melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi produk.

Kata kunci: cabai; digital marketing; diversifikasi produk

PENDAHULUAN

Peningkatan perekonomian merupakan usaha dan cita-cita semua bangsa terkhusus Indonesia. Sejumlah permasalahan perekonomian Indonesia merupakan permasalahan yang bersifat kompleks dan memerlukan penanganan khusus. Salah satunya adalah tidak meratanya bidang dan lapangan pekerjaan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik 2024 Kabupaten Pringsewu berdasarkan jenis lapangan pekerjaan penduduknya banyak yang bekerja di sektor jasa yaitu 45%, sektor pertanian 31% dan sektor manufaktur 24% (Badan Pusat Statistik, 2024).

Ketimpangan ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum memperoleh peluang ekonomi yang merata, khususnya mereka yang bergantung pada sektor pertanian seperti petani cabai (Laga et al., 2021)

Perempuan memiliki kontribusi besar dalam sektor pertanian yang berperan penting dalam menopang perekonomian serta menjaga ketahanan pangan, baik tingkat lokal maupun nasional. Keterlibatan mereka tampak melalui keaktifan dalam membentuk kelompok maupun lembaga yang bergerak di bidang pertanian. Di banyak daerah, termasuk Indonesia, perempuan sering menjadi penopang utama keluarga petani dengan terlibat langsung dalam berbagai aktivitas, mulai dari proses penanaman, perawatan, hingga pengolahan dan pemasaran hasil pertanian (Tahiroh et al., 2024).

Ketidakmerataan ini berimplikasi pada terbatasnya peningkatan pendapatan petani, rendahnya nilai tambah hasil panen, serta kurang optimalnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran. Banyak petani dan kelompok wanita tani belum memiliki

keterampilan pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai ekonomi lebih tinggi. Selain itu, pemahaman mengenai digital marketing juga masih minim, sehingga produk lokal kurang dikenal dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas (Nasution et al., 2024).

Kelompok Wanita Tani (KWT) Srikandi yang berlokasi di RT 07 RW 03 Pekon Srikaton, Kecamatan Adiluwih, Kabupaten Pringsewu, terdiri dari 30 anggota yang seluruhnya adalah ibu rumah tangga. KWT ini bergerak dalam usaha budidaya dan pengolahan cabai, namun masih tergolong sebagai kelompok masyarakat yang belum produktif secara ekonomi. Kegiatan usaha yang dijalankan masih bersifat tradisional dan berskala rumah tangga, dengan keterbatasan dalam aspek produksi, pengolahan, dan pemasaran. Pemberdayaan Kelompok Tani dilakukan untuk memperkuat kemampuan dalam menjalankan kegiatan pertanian. Kegiatan yang dapat dilakukan diantaranya pendampingan, pelatihan, penyuluhan, pengembangan sarana dan sistem pemasaran serta penguatan kelembagaan petani (Koswara et al., 2017)

Berdasarkan data BPS, produksi cabai tertinggi di Kabupaten Pringsewu terjadi pada tahun 2023 mencapai 10.671,50 kuintal untuk cabai keriting (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2023) Namun, pemasaran cabai segar sering menjadi masalah bagi petani di sana, terutama terkait harga jual yang rendah saat musim panen raya dan kualitas yang menurun akibat penyimpanan yang kurang baik. Cabai, sebagai komoditas hortikultura unggulan sangat mudah sekali mengalami kerusakan musiman, sehingga tidak tahan lama disimpan dalam bentuk segar (Barnuwati & Syarif, 2020)

Pengolahan menjadi berbagai produk merupakan langkah penting untuk

meningkatkan nilai ekonomis, memperpanjang umur simpan, sekaligus mempertahankan kualitasnya (Barnuwati & Syarif, 2020). Sehingga untuk mengatasi masalah ini, Kelompok Wanita Tani Srikandi mengambil langkah inovatif dengan mengolah cabai keriting besar, dengan fokus pada teknologi pengeringan. Cabai keriting kering ini kemudian dapat diolah lebih lanjut menjadi berbagai produk turunan cabai yaitu chili oil, bon cabe ataupun cabai bubuk kering. Cabai kering menawarkan beberapa keunggulan dibandingkan cabai segar, termasuk harga yang lebih stabil, penggunaan yang lebih praktis, dan masa simpan yang lebih lama (Kesumawati & Hayati, 2016).

Berdasarkan Peraturan Kepala Badan POM No. 21 Tahun 2016 tentang Kategori Pangan, cabai bubuk didefinisikan sebagai produk bubuk hasil penggilingan cabai kering (*Capsicum annum* atau *C. fructessen*) yang berkualitas, dengan batas kadar air maksimal 12%. Peraturan ini menekankan pentingnya pengendalian proses produksi dan pembuatan standar operasional prosedur yang tepat untuk menghasilkan produk yang bermutu dan aman (Koswara et al., 2017) Pemasaran digital belum diterapkan karena kurangnya pemahaman dan keterampilan anggota dalam menggunakan teknologi informasi. Platform digital seperti media sosial dan email marketing dan penerapan E-Commerce telah mengubah cara mempromosikan produk dengan membangun hubungan langsung dan personal dengan konsumen (Istiqomah, 2023). Teknologi saat ini memungkinkan penyebaran informasi kepada pangsa pasar yang lebih luas dengan efektif dan efisien. Rendahnya literasi digital anggota KWT menjadi kendala utama

dalam melakukan inovasi pemasaran berbasis teknologi digital yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan nilai tambah produk. KWT Srikandi saat ini menghadapi permasalahan utama dalam dua aspek, yaitu produksi dan pemasaran. Dalam aspek produksi, keterbatasan peralatan dan minimnya pengetahuan pengolahan menyebabkan hasil panen cabai tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Jenis produk yang dihasilkan masih terbatas dan belum memiliki variasi atau nilai jual tinggi. Mutu produk yang dihasilkan belum memenuhi standar pasar modern, terutama dalam hal cita rasa yang konsisten, higienitas, kemasan, dan ketahanan produk. Sementara itu, dari sisi pemasaran, belum adanya strategi yang berbasis pada segmentasi pasar dan keunggulan produk menyebabkan daya saing produk sangat rendah. Ketiadaan pemanfaatan teknologi pemasaran digital seperti Instagram, WhatsApp Business, Google Profile Business, maupun media digital lainnya membatasi akses pasar serta memperkecil peluang untuk mengembangkan produk yang dihasilkan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun KWT Srikandi memiliki sumber daya alam yang mendukung, komitmen anggotayang tinggi, dan potensi pasar yang besar, namun tanpa adanya peningkatan kapasitas pengetahuan dan kemampuan (*skill*) dalam hal pengolahan dan digitalisasi pemasaran akan sulit memperkuat pondasi ekonomi KWT Srikandi secara mandiri dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian untuk penguatan ekonomi kelompok wanita tani melalui diversifikasi olahan cabai optimalisasi digital marketing.

METODE

Pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan metode *Participatory Action Research* dimana pengabdian berorientasi pada pemberdayaan untuk memenuhi kebutuhan dan penyelesaian yang ada pada masyarakat (Afandi et al., 2022). KWT Srikandi merupakan mitra dalam kegiatan pengabdian yang merupakan Kelompok wanita desa srikaton, pringsewu, lampung selatan. Kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini diantaranya, (1) Sosialisasi Dengan Mitra, (2) Pelatihan diversifikasi Olahan Cabai (3) Pelatihan Digital Marketing, (4) Penerapan dan Pendampingan, (5) Diskusi dan Evaluasi.

Tahap Pelaksanaan:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Teknik yang akan dilakukan pada kegiatan PKM ini adalah: Melakukan identifikasi permasalahan pada mitra melalui wawancara permasalahan, observasi penerapan teknologi selama ini serta melakukan survey awal untuk mendapatkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan secara bersama, Pendampingan dan pelatihan dilaksanakan di KWT Srikandi selama 8 bulan yang diharapkan kegiatan dapat terlaksana secara efektif dan efisien. Rencana kegiatan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rencana Kegiatan

No	Aspek	Metode	Kegiatan
1	Sosialisasi	Diskusi	Tim Pengabdian Kepda Mitra melakukan diskusi permasalahan dan kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan mitra dalam proses pengabdian Tim pengabdian bersama mitra
2	Pelatihan Diverifikasi Olahan Cabe	Praktek	melakukan pelatihan dan praktik cara membuat produk berbahan dasar cabai. Tim pengabdian bersama mitra melakukan pelatihan dan praktik dalam
3	Pelatihan Digital Marketing	Praktek	kegiatan membuat akun bisnis dalam berbagai platform seperti tiktok, shopee, Instagram, serta memberikan pendampingan mengenai konten sebagai media promosi.
4	Penerapan dan Pendampingan	Pendamping	Tim pengabdian memberikan pendampingan secara intens terkait dengan penggunaan platform digital marketing untuk proses pemasaran
5	Diskusi dan Evaluasi	Kuisiонер	Tim pengabdian melakukan evaluasi dengan cara memberikan pretest dan posttest

PEMBAHASAN

Pelaksanaan program dilakukan secara partisipatif dengan lima tahapan utama, yaitu: (1) Sosialisasi program, (2) Pelatihan produksi dan diversifikasi olahan cabai, (3) Pelatihan digital marketing dan pengemasan, (4) Pendampingan dan penerapan teknologi, serta (5) Evaluasi dan keberlanjutan program. Setiap tahapan kegiatan berfokus pada dua aspek utama yang menjadi prioritas penanganan, yaitu aspek produksi dan aspek pemasaran. (1) Sosialisasi, Sosialisasi dilakukan sebagai tahap awal yang merupakan bagian utama dari analisis kebutuhan, sosialisasi dilaksanakan dengan mengadakan pertemuan dengan mitra untuk menyampaikan tujuan, ruang lingkup, serta rencana kerja program kepada seluruh anggota KWT Srikandi.



Gambar 2. Sosialisasi

Pelatihan Diversifikasi Olahan Cabai, Pelatihan produksi fokus pada pengolahan cabai menjadi tiga produk unggulan diantaranya: bon cabai, chili oil, dan cabai bubuk. Anggota KWT dilatih menggunakan alat bantu produksi seperti *food dehydrator*, mesin giling dan penggunaan alat untuk pengemasan produk.



Gambar 3. Pelatihan Pengolahan

Pemberian pelatihan teknologi pengolahan ini memberikan manfaat penting bagi KWT Srikandi dari aspek peningkatan efisiensi dan kualitas produksi (Kalsum et al., 2025), selain itu peningkatan produktivitas dan peningkatan kapasitas serta keterampilan. Keterampilan mengolah cabai yang dimiliki oleh KWT dapat meningkatkan pendapatan hingga 200–400% dari produk yang sama, sekaligus mengurangi risiko kerugian saat harga cabai turun, selain itu juga membuka peluang pemasaran yang berkelanjutan.

Pelatihan Digital Marketing Pelatihan digital marketing dilakukan dengan memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran digital, serta penggunaan platform digital dalam pemasaran seperti *WhatsApp Business*, Instagram, TikTok, dan *Google Profile Business*. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kemampuan promosi dan memperluas jangkauan pasar secara digital. Pemasaran berbasis digital menjadi salah satu strategi yang paling diminati oleh para pelaku usaha karena memungkinkan memasarkan produk hingga luar daerah, bahkan mancanegara (Pradika et al., 2024)

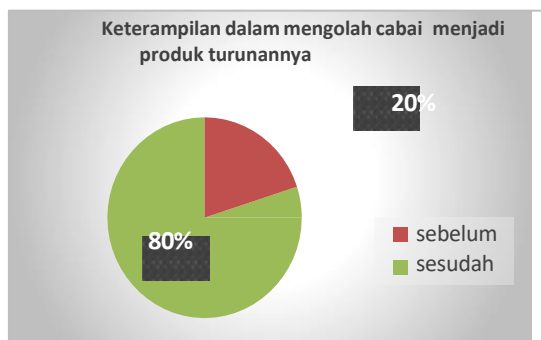


Gambar 4. Tampilan Konten Media Sosial

Berdasarkan hal tersebut, pada Gambar 4 ditunjukkan platform media social TikTok dari KWT Srikandi menunjukkan pengelolaan konten kreatif yang menginspirasi, menghibur, memberikan informasi serta melibatkan konsumen secara berkelanjutan dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia dalam platform tersebut.

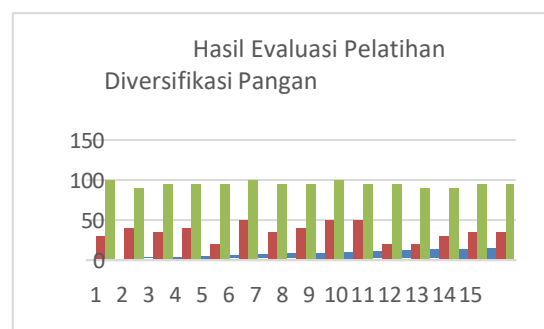
Penggunaan konten kreatif juga dapat membantu meningkatkan kemajuan ekonomi serta membuka peluang munculnya pendapatan baru bagi masyarakat (Surfiana et al., 2025).

Penerapan dan Pendampingan Setelah pelatihan, mitra mulai menerapkan teknologi yang telah dikenalkan, seperti penggunaan alat produksi secara mandiri dan penerapan SOP dalam proses harian. Seluruh proses ini didampingi secara intensif oleh tim dan mahasiswa.



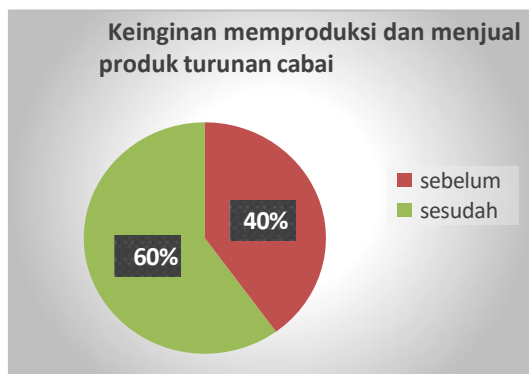
Gambar 5 . Hasil evaluasi kegiatan pelatihan dan pendampingan

Pada Gambar 5, menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan terbukti meningkatkan kemampuan peserta secara signifikan yaitu yang semula pemahamannya sebesar 20%, meningkat menjadi 80% dalam mengolah cabai menjadi berbagai produk olahan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis dan pengetahuan praktis peserta sebesar 60%.



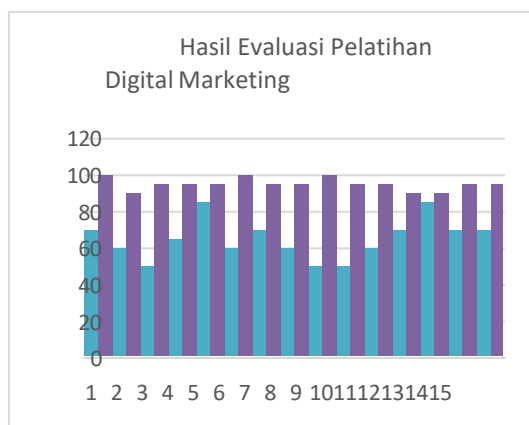
Gambar 6. Hasil evaluasi pelatihan diversifikasi pangan

Pada Gambar 6, didapatkan rekapitulasi nilai skor hasil evaluasi bimtek dan memiliki rata-rata skor evaluasi awal dan akhir peserta pelatihan adalah sebesar 35,00 dan 95,00. Jika ditinjau dari peningkatan skor tersebut, terlihat bahwa terjadi peningkatan skor sebesar 60,00 poin. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan berjalan baik. Berdasarkan Gambar 65 juga terlihat bahwa sebelum kegiatan pelatihan rata-rata skor sebesar 35,0 dan hanya 3 orang peserta yang memiliki skor 50. Skor 35,0 ini menunjukkan bahwa pemahaman peserta tentang aspek-aspek pengolahan aneka produk olahan cabai relatif rendah. Setelah kegiatan pelatihan rata-rata skor sebesar 95,00 dengan rincian hampir seluruh peserta memiliki skor ≥ 90 . Hal ini juga menunjukkan bahwa materi kegiatan pelatihan mampu diserap baik oleh peserta.



Gambar 7. Hasil peningkatan minat KWT terhadap penjualan

Hasil evaluasi menunjukan kegiatan yang dilakukan berhasil meningkatkan motivasi dan minat KWT Srikandi dalam mengembangkan produk olahan berbasis cabai, dengan kenaikan sebesar 20%. Artinya, intervensi tersebut berdampak positif terhadap kesadaran dan semangat wirausaha KWT Srikandi di bidang pengolahan cabai.



Gambar 8. Hasil evaluasi pelatihan digital marketing

Berdasarkan hasil evaluasi yang ditampilkan pada gambar 8 menunjukan bahwa kegiatan pelatihan berjalan baik. Berdasarkan Gambar 8 juga terlihat bahwa sebelum kegiatan pelatihan rata-rata skor sebesar 65 dan hanya 2 orang peserta yang memiliki skor diatas 80.

Skor 65 ini menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap digitalisasi cukup faham dan mengikuti perkembangan zaman, namun belum memahami dalam hal pembuatan konten dan promosi produk. menunjukkan bahwa materi kegiatan pelatihan mampu diserap baik oleh peserta.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di KWT Srikandi telah berhasil meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi anggota kelompok melalui penguasaan keterampilan pengolahan cabai dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan dan memperluas wawasan sebesar 60% dan meningkatkan kemampuan teknis dalam produksi serta strategi promosi berbasis media sosial. Hasilnya, terjadi peningkatan minat dan motivasi anggota dalam mengembangkan usaha olahan cabai meningkat sebesar 20%.. Pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif terbukti efektif dalam memperkuat peran perempuan desa sebagai pelaku utama dalam pengembangan ekonomi berbasis pertanian berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas pendanaan Program BIMA 2025 skema.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., & Sudirman, M. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat* (Suwendi, A. Basir, & J. Wahyudi, Eds.). <http://diktis.kemenag.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024* (Vol. 52). Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. (2023). *Produksi Tanaman Sayuran Menurut Kabupaten*.
- Barnuwati, & Syarif, M. (2020). *Pengolahan Cabai Merah*. www.kalsel.litbang.pertanian.go.id
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional Ke E-Marketing: Tinjauan Literatur Tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4, 2745–8407.
- Kalsum, N., Verdini, L., Kurnia Khoerunnisa, T., Pramafisi Soeherman, G., Studi Teknologi Pangan, P., Teknologi Pertanian, J., & Negeri Lampung, P. (2025). Peningkatan Kapasitas Produksi Dan Pemasaran Produk UMKM KWTKenanga Desa Margomulyo Kabupaten Lampung Selatan Melalui Penerapan Cppob, Pengemasan Dan Pelabelan Serta Digital Marketing. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7, 203–212.
- Kesumawati, N., & Hayati, R. (2016). Diversifikasi Produk Olahan Cabai Merah Keriting Sebagai Alternatif Penanganan Pasca Panen Cabai Merah Di Kecamatan Curup Utara Kabupaten Rejang Lebong Processing Product Diversification Of Red Chilli As After Harvest Handling Alternative In Rejang Lebong. *Dharma Raflesia Unib, XIV*.
- Koswara, S., Purba, M., Sulistyorini, D., Latifa, Y. K., Yunita, N. A., Wulandari, R., Riani, D., Lustriane, C., Aminah, S., Lastri, N., & Lestari, P. (2017). *Produksi Pangan Untuk Industri Rumah Tangga: Cabai Bubuk*. Direktorat Surveilan Dan Penyuluhan Keamanan Pangan Deputy Bidang Pengawasan Keamanan Pangan Dan Bahan Berbahaya Badan Pengawas Obat Dan Makanan. www.pom.go.id
- Laga, A., Muhpidah, & Waris, A. (2021). PEMBERDAYAAN PETANI DALAM PENINGKATAN NILAI TAMBAH BUAH CABE MELALUI PENGOLAHANNYA MENJADI ABON CABE. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 7(1), 157–165.
- Nasution, S., Sabila Zahra, S., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). Edukasi dan Pelatihan dalam Mengubah Cabai Kering Menjadi Cabai Bubuk untuk Meningkatkan Kesejahteraan Petani di Desa Tanah Itam Ilir. *Ponidi Journal of Human And Education*, 4(5), 1066–1070.
- Pradika, D. A., Fitriani, & Wandira, V. A. (2024). Strategi Content Creative Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Agribisnis Pedesaan: Studi kasus pada Usaha Saung Kopi Desa Kecamatan Kalirejo, Kabupaten Lampung Tengah. *Journal of Food System and Agribusiness (JoFSA)*, 8, 23–32. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v8i1.3538>
- Surfiana, Khoerunnisa, T. K., Amaliah, K., Kalsum, N., Fitriani, Winarto, & Pratondo Utomo, T. (2025). Transformasi Digital UMKM Mocaf: Implementasi Teknologi Pengolahan Ubi Kayu Terintegrasi untuk Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal SOLMA*, 14(1). <https://doi.org/10.22236/solma.v14i1.17160>
- Tahiroh, S. A., Nurdin, S., Mulasih S, & Syahreza A. (2024). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Dalam Mengolah Produk Pasca Panen Minuman Sereh Lemon Selasih. *JCRE: Journal of Community Research and Engagement*, 49–60.