

Empowerment of Chili Business Groups through Processing Centers and Digital Marketing in Banggae Village, Takalar Regency

Pemberdayaan Kelompok Usaha Cabai melalui Pusat Pengolahan dan Digital Marketing di Desa Banggae Kabupaten Takalar

Ahyani Mirah Liani^a, Asmaul Husnah^a, Mar Athul Wazithah T^a, Norma Nasir^{a,*}, Khadijah^a, & Abd. Hakim^b

^aUniversitas Negeri Makassar, Jl. Dg. Tata Raya, Makassar, Indonesia

^bBalai Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi Bidang Kelautan, Perikanan, Teknologi Informasi dan Komunikasi (BPPMPV KPTK), Gowa, Indonesia

Abstract

Banggae Village, located in Takalar Regency, has considerable natural resource potential, particularly in chili commodities. Chili is one of the agricultural products widely cultivated by the local community and has the potential to be developed into various value-added processed products. However, the utilization of this commodity has not been optimal, as most farmers still sell their harvest in fresh form without further processing. This condition results in relatively low product value and limits the development of community-based businesses related to chili commodities. This community service program aims to enhance the capacity of the community in developing chili-based businesses through the establishment of business groups, the development of a chili processing center, and digital marketing training. The implementation of the program was carried out through several stages, including program socialization, formation of business groups, establishment of a chili processing center as a shared production facility, product packaging training, and digital marketing training using social media and online marketplaces. The results of the program indicate an improvement in the community's capacity to develop chili-based enterprises. The program successfully established four chili business groups across four hamlets in Banggae Village, namely Jarannika, Banggae, Bolo, and Garassi, with a total of 20 active members. In addition, one chili processing center was established and utilized as a facility for the production and packaging of processed chili products. The training activities were attended by 23 participants, with an average level of understanding reaching approximately 85% based on the evaluation results. Following the program, more than 80% of the participants were able to utilize digital platforms such as TikTok, Instagram, Facebook, Shopee, and WhatsApp as media for product promotion and marketing. This program contributes to improving community entrepreneurial skills and encourages the use of digital technology to expand the market reach of chili-based products derived from local village resources.

Abstrak

Desa Banggae yang terletak di Kabupaten Takalar memiliki potensi sumber daya alam yang cukup besar, khususnya pada komoditas cabai. Cabai merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat dan memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan bernilai ekonomi. Namun, pemanfaatan komoditas tersebut masih belum optimal karena sebagian besar petani menjual hasil panen dalam bentuk segar tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut. Kondisi ini menyebabkan nilai tambah produk menjadi relatif rendah serta peluang pengembangan usaha masyarakat berbasis komoditas cabai belum berkembang secara maksimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis cabai melalui pembentukan kelompok usaha, pendirian pusat pengolahan cabai, serta pelatihan digital marketing. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi program, pembentukan kelompok pelaku usaha, pendirian pusat pengolahan cabai sebagai fasilitas produksi bersama, pelatihan pengemasan produk, serta pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengembangan usaha cabai. Program ini berhasil membentuk 4 kelompok usaha cabai yang tersebar di empat dusun di Desa Banggae, yaitu Dusun Jarannika, Banggae, Bolo, dan Garassi, dengan jumlah 20 anggota aktif. Selain itu, telah dibentuk 1 pusat pengolahan cabai yang dimanfaatkan sebagai tempat produksi dan pengemasan produk olahan cabai. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 23 peserta, dengan tingkat pemahaman materi mencapai sekitar 85% berdasarkan hasil evaluasi kegiatan. Setelah kegiatan berlangsung, lebih dari 80% peserta mampu memanfaatkan platform digital seperti TikTok, Instagram, Facebook, Shopee, dan WhatsApp sebagai media promosi dan pemasaran produk. Kegiatan ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan masyarakat serta mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam memperluas jangkauan pemasaran produk olahan cabai berbasis potensi lokal desa.

Keywords: Pemberdayaan Masyarakat; Usaha Cabai; Pengolahan Produk; Digital Marketing.

1. Pendahuluan

Sektor pertanian masih menjadi salah satu penopang utama perekonomian masyarakat pedesaan di Indonesia. Banyak desa memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, terutama pada komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Salah satu komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat adalah cabai. Cabai merupakan komoditas pertanian yang memiliki tingkat permintaan tinggi di pasar domestik dan menjadi bagian penting dalam konsumsi rumah tangga masyarakat Indonesia (Dzulhijjah et al., 2020). Selain memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi, cabai juga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan yang dapat meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Meskipun demikian, sebagian besar petani di daerah pedesaan masih menjual hasil panen cabai dalam bentuk segar tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut. Kondisi ini menyebabkan nilai tambah dari komoditas tersebut menjadi relatif rendah. Selain itu, fluktuasi harga cabai yang sering terjadi di pasar juga dapat mempengaruhi tingkat pendapatan petani secara signifikan. Ketika terjadi kelebihan produksi di pasar, harga cabai cenderung menurun sehingga petani mengalami kerugian. Oleh karena itu, pengolahan cabai menjadi produk turunan seperti sambal, bubuk cabai, atau produk olahan lainnya dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan nilai tambah serta memperluas peluang usaha masyarakat (Abidin & Muhassanah, 2025; Sujianto et al., 2024).

Pengembangan usaha berbasis komoditas lokal merupakan salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan produksi, tetapi juga pada penguatan kapasitas masyarakat dalam mengelola usaha berbasis potensi lokal yang dimiliki. Pemberdayaan masyarakat merupakan proses peningkatan kemampuan masyarakat untuk mengidentifikasi potensi yang dimiliki serta memanfaatkannya secara mandiri untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial. Dalam konteks pembangunan desa, pemberdayaan masyarakat menjadi strategi penting untuk menciptakan kemandirian ekonomi melalui pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal (Antonius Ary Setyawan et al., 2025; Arumsari et al., 2022; Asrah et al., 2024).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah melalui pembentukan kelompok usaha. Kelompok usaha berfungsi sebagai wadah bagi masyarakat untuk bekerja sama dalam mengembangkan kegiatan ekonomi secara kolektif. Melalui kelompok usaha, masyarakat dapat saling berbagi pengetahuan, pengalaman, serta sumber daya yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan efektivitas dalam menjalankan usaha. Selain itu, keberadaan kelompok usaha juga dapat mempermudah akses masyarakat terhadap pelatihan, pendampingan, serta berbagai program pemberdayaan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun lembaga pendidikan (Asrah et al., 2024; Sujianto et al., 2024).

Selain pembentukan kelompok usaha, pengembangan pusat pengolahan produk juga menjadi salah satu strategi yang penting dalam meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Pusat pengolahan produk dapat berfungsi sebagai tempat produksi bersama yang memungkinkan masyarakat untuk mengolah hasil pertanian menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Melalui fasilitas pengolahan tersebut, masyarakat dapat memproduksi berbagai produk olahan secara lebih terorganisir dan memiliki kualitas yang lebih baik. Pengolahan hasil pertanian juga dapat membantu mengurangi kerugian akibat kerusakan produk segar yang memiliki masa simpan relatif pendek (Rangkuti, 2016).

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga memberikan peluang yang cukup besar bagi masyarakat dalam mengembangkan usaha, khususnya melalui pemanfaatan pemasaran digital. Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital dan internet untuk mempromosikan serta memasarkan produk kepada konsumen secara lebih luas (Ekonomi et al., 2020; Silajadja et al., 2023). Pemanfaatan media sosial dan marketplace saat ini menjadi salah satu cara yang efektif bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan biaya pemasaran yang besar.

Beberapa platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan marketplace telah banyak digunakan oleh pelaku usaha kecil untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas. Pemasaran digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk membangun komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen serta memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Bagi usaha kecil di pedesaan, pemanfaatan platform digital juga dapat membantu meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Namun demikian, tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh

* Corresponding author:

E-mail address: norma.nasir@unm.ac.id

masyarakat pedesaan masih relatif rendah. Banyak pelaku usaha kecil di desa yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produk. Keterbatasan literasi digital serta kurangnya akses terhadap pelatihan menjadi salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat belum mampu memanfaatkan peluang pemasaran digital secara optimal (Silajadja et al., 2023; Sosial et al., 2019).

Desa Banggae yang terletak di Kabupaten Takalar merupakan salah satu desa yang memiliki potensi pengembangan usaha berbasis komoditas cabai. Cabai merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat desa. Namun demikian, pemanfaatan komoditas cabai oleh masyarakat masih terbatas pada penjualan dalam bentuk segar sehingga nilai tambah produk yang dihasilkan masih relatif rendah. Selain itu, keterbatasan pengetahuan masyarakat dalam pengolahan produk serta pemasaran digital juga menjadi tantangan dalam pengembangan usaha berbasis cabai di desa tersebut. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu program pemberdayaan masyarakat yang dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis cabai. Program pemberdayaan ini dilakukan melalui pembentukan kelompok usaha, pendirian pusat pengolahan cabai, serta pelatihan digital marketing bagi masyarakat desa. Melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat dapat meningkatkan keterampilan dalam mengolah cabai menjadi produk bernilai tambah serta mampu memasarkan produk secara lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Banggae dalam mengembangkan usaha berbasis komoditas cabai melalui pembentukan kelompok usaha, pengembangan pusat pengolahan produk, serta pelatihan pemasaran digital. Program ini diharapkan dapat mendorong pengembangan usaha berbasis potensi lokal desa serta meningkatkan keterampilan kewirausahaan masyarakat secara berkelanjutan.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Banggae, Kabupaten Takalar, dengan melibatkan masyarakat yang memiliki potensi dalam pengembangan usaha berbasis komoditas cabai. Peserta kegiatan terdiri dari anggota masyarakat yang tertarik untuk mengembangkan usaha pengolahan cabai serta pemasaran produk berbasis digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola usaha berbasis potensi lokal. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap melalui beberapa tahapan kegiatan yang meliputi sosialisasi program, pembentukan kelompok usaha, pendirian pusat pengolahan cabai, pelatihan pengemasan produk, serta pelatihan digital marketing. Tahapan kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, serta pendampingan kepada masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis komoditas cabai secara berkelanjutan.

Tabel.1 Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

No	Tahapan Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Output yang Diharapkan
1	Sosialisasi Program	Penyampaian informasi mengenai tujuan program, potensi pengembangan usaha cabai, serta manfaat pengolahan produk dan pemasaran digital	Meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai peluang usaha berbasis cabai
2	Pembentukan Kelompok Usaha	Pembentukan kelompok pelaku usaha yang terdiri dari masyarakat di empat dusun (Jarannika, Banggae, Bolo, dan Garassi)	Terbentuk 4 kelompok usaha cabai
3	Pendirian Pusat Pengolahan Cabai	Penyediaan fasilitas produksi bersama untuk pengolahan dan pengemasan produk cabai	Tersedia 1 pusat pengolahan cabai
4	Pelatihan Pengemasan Produk	Pelatihan teknik pengemasan, desain kemasan, dan informasi produk pada kemasan	Meningkatnya keterampilan peserta dalam pengemasan produk
5	Pelatihan Digital Marketing	Pelatihan penggunaan media sosial dan marketplace seperti TikTok, Instagram, Facebook, Shopee, dan WhatsApp untuk pemasaran produk	Peserta mampu mempromosikan dan memasarkan produk secara digital

Tahap pertama adalah **sosialisasi program** yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai tujuan dan manfaat kegiatan pengabdian. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan informasi mengenai peluang pengembangan usaha berbasis komoditas cabai serta pentingnya pengolahan produk dan strategi pemasaran yang efektif. Tahap kedua adalah **pembentukan kelompok pelaku usaha**. Kelompok usaha dibentuk sebagai wadah

bagi masyarakat untuk bekerja sama dalam mengembangkan usaha pengolahan cabai. Melalui kelompok usaha, masyarakat dapat saling berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola usaha serta meningkatkan kerja sama antar anggota kelompok. Hasil kegiatan menunjukkan terbentuknya empat kelompok usaha yang tersebar di empat dusun di Desa Banggae, yaitu Dusun Jarannika, Banggae, Bolo, dan Garassi. Tahap ketiga adalah **pendirian pusat pengolahan cabai** yang berfungsi sebagai fasilitas produksi bersama bagi kelompok usaha. Pusat pengolahan ini digunakan untuk mengolah hasil panen cabai menjadi berbagai produk olahan yang memiliki nilai tambah serta sebagai tempat pengemasan produk sebelum dipasarkan. Tahap keempat adalah pelatihan pengemasan produk yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas tampilan produk olahan cabai. Dalam kegiatan ini, peserta diberikan pelatihan mengenai teknik pengemasan yang baik, desain kemasan yang menarik, serta informasi produk yang perlu dicantumkan pada kemasan agar produk lebih layak dipasarkan. Tahap kelima adalah pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memasarkan produk secara online. Materi pelatihan meliputi pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Beberapa platform digital yang diperkenalkan kepada peserta antara lain TikTok, Instagram, Facebook, Shopee, dan WhatsApp. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan pelatihan kepada masyarakat, tetapi juga dilakukan melalui proses pendampingan agar masyarakat mampu menerapkan keterampilan yang telah diperoleh dalam pengembangan usaha cabai berbasis potensi lokal.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Banggae Kabupaten Takalar dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan yang meliputi sosialisasi program, pembentukan kelompok usaha, pendirian pusat pengolahan cabai, pelatihan pengemasan produk, serta pelatihan digital marketing. Setiap tahapan kegiatan dirancang untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis komoditas cabai serta memperluas peluang pemasaran produk melalui pemanfaatan teknologi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah serta memasarkan produk cabai secara lebih efektif.

3.1. Sosialisasi Program

Tahap awal kegiatan pengabdian dilakukan melalui sosialisasi program kepada masyarakat Desa Banggae. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai tujuan program serta potensi pengembangan usaha berbasis komoditas cabai. Sosialisasi dilaksanakan melalui pertemuan dengan masyarakat yang melibatkan aparat desa, tokoh masyarakat, serta warga yang memiliki minat dalam pengembangan usaha berbasis cabai.



Gambar 1. Sosialisasi Program

Pada kegiatan ini, tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai pentingnya pengolahan hasil pertanian sebagai upaya meningkatkan nilai tambah produk. Masyarakat juga diberikan pemahaman mengenai peluang pemasaran produk melalui media digital yang saat ini semakin berkembang. Hasil kegiatan sosialisasi menunjukkan adanya antusiasme masyarakat dalam mengikuti program pengembangan usaha cabai. Hal ini terlihat dari partisipasi aktif masyarakat dalam diskusi serta kesediaan mereka untuk terlibat dalam tahapan kegiatan selanjutnya.

Kegiatan sosialisasi merupakan langkah awal yang penting dalam proses pemberdayaan masyarakat. Menurut (Dzulhijjah et al., 2020), pemberdayaan masyarakat dimulai dari proses peningkatan kesadaran masyarakat terhadap potensi yang dimiliki serta peluang pengembangan ekonomi yang dapat dilakukan secara mandiri. Melalui sosialisasi, masyarakat mulai memahami bahwa komoditas cabai tidak hanya dapat dijual dalam bentuk segar, tetapi juga dapat diolah menjadi berbagai produk yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi.

Selain itu, sosialisasi juga membantu membangun kepercayaan antara tim pengabdian dan masyarakat. Hubungan yang baik antara pelaksana program dan masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan program pemberdayaan karena masyarakat merasa lebih terbuka untuk menerima inovasi dan perubahan dalam kegiatan ekonomi mereka.

3.2. Pembentukan Kelompok Usaha

Tahap selanjutnya dalam kegiatan pengabdian ini adalah pembentukan kelompok pelaku usaha. Kelompok usaha dibentuk sebagai wadah bagi masyarakat untuk bekerja sama dalam mengembangkan usaha pengolahan cabai. Pembentukan kelompok usaha bertujuan untuk meningkatkan kerja sama antar anggota masyarakat serta mempermudah proses pendampingan dalam pelaksanaan program.



Gambar 2. Pembentukan Kelompok Usaha

Berdasarkan hasil kegiatan, terbentuk empat kelompok usaha cabai yang tersebar di empat dusun di Desa Banggae, yaitu kelompok usaha Dusun Jarannika, kelompok usaha Dusun Banggae, kelompok usaha Dusun Bolo, dan kelompok usaha Dusun Garassi. Secara keseluruhan, kelompok usaha yang terbentuk memiliki sekitar 20 anggota aktif yang terlibat dalam kegiatan produksi maupun pemasaran produk. Pembentukan kelompok usaha memiliki peran penting dalam pengembangan usaha masyarakat. Menurut (Dzulhijjah et al., 2020), kelompok usaha dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk meningkatkan kapasitas ekonomi melalui kerja sama dan saling berbagi pengalaman dalam menjalankan usaha. Melalui kelompok usaha, anggota masyarakat dapat saling mendukung dalam kegiatan produksi, pemasaran, serta pengembangan usaha secara berkelanjutan. Keberadaan kelompok usaha juga mempermudah proses koordinasi dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk. Selain itu, kelompok usaha dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengakses berbagai program pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun lembaga pendidikan. Dengan adanya kelompok usaha, masyarakat memiliki wadah yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha secara lebih terorganisir.

3.3. Pendirian Pusat Pengolahan Cabai

Salah satu kegiatan utama dalam program pengabdian ini adalah pendirian pusat pengolahan cabai yang berfungsi sebagai fasilitas produksi bersama bagi kelompok usaha. Pusat pengolahan ini dimanfaatkan sebagai tempat untuk mengolah hasil panen cabai menjadi produk olahan serta sebagai tempat pengemasan produk sebelum dipasarkan. Keberadaan pusat pengolahan cabai memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat. Fasilitas ini memungkinkan masyarakat untuk melakukan proses produksi secara lebih terorganisir dan efisien. Selain itu, pusat pengolahan juga menjadi sarana bagi anggota kelompok usaha untuk saling berbagi pengetahuan dan keterampilan dalam proses produksi.

Pengolahan cabai menjadi produk turunan merupakan salah satu strategi yang dapat meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Menurut (Habeahan et al., 2025; Harini et al., 2023; Susanti & Erlin Kurniati, 2025), pengolahan hasil pertanian dapat meningkatkan nilai ekonomi produk serta membantu memperpanjang masa simpan produk yang mudah rusak. Dalam konteks komoditas cabai, pengolahan produk dapat membantu mengurangi kerugian akibat fluktuasi harga di pasar. Selain meningkatkan nilai tambah produk, pusat pengolahan cabai juga menjadi sarana pembelajaran bagi masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis komoditas lokal. Melalui kegiatan produksi bersama, masyarakat dapat meningkatkan keterampilan dalam mengolah produk serta memahami standar kualitas produk yang diperlukan untuk pemasaran.

3.4. Pelatihan Pengemasan Produk dan Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan pengemasan produk merupakan salah satu kegiatan penting dalam program pengabdian ini. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas tampilan produk olahan cabai sehingga lebih menarik bagi konsumen. Dalam kegiatan pelatihan ini, peserta diberikan pengetahuan mengenai teknik pengemasan produk yang baik serta informasi produk yang perlu dicantumkan pada kemasan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya pengemasan produk dalam kegiatan pemasaran. Produk olahan cabai yang sebelumnya dikemas secara sederhana kini mulai menggunakan kemasan yang lebih menarik dan lebih layak untuk dipasarkan.



Gambar 3. Pelatihan Pengemasan Produk dan Digital Marketing

Pengemasan produk merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran produk. Menurut (Pratama et al., 2025), kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai alat komunikasi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk. Kemasan yang menarik dapat memberikan kesan profesional serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Selain meningkatkan daya tarik produk, pengemasan yang baik juga dapat membantu memperpanjang masa simpan produk. Dengan kemasan yang tepat, produk olahan cabai dapat disimpan lebih lama sehingga memungkinkan masyarakat untuk menjual produk dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Tahap terakhir dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memasarkan produk secara lebih luas melalui media digital. Pelatihan ini diikuti oleh 23 peserta yang merupakan anggota kelompok usaha cabai di Desa Banggae. Dalam kegiatan pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk, seperti TikTok, Instagram, Facebook, Shopee, dan WhatsApp. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan mengenai cara membuat konten promosi sederhana serta strategi pemasaran melalui media sosial.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pemasaran digital. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan mencapai sekitar 85%. Selain itu, lebih dari 80% peserta mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk yang mereka hasilkan. Pemanfaatan digital marketing memberikan peluang bagi usaha kecil untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk mempromosikan produk secara lebih efektif serta menjangkau konsumen tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Bagi usaha kecil di pedesaan, penggunaan media sosial dan marketplace dapat membantu meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar (Elizabeth, 2017; Feshago Panjalu et al., 2024; Muzayyin Maq et al., 2024; Timo & Mentu, 2026).

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan kewirausahaan masyarakat Desa Banggae. Program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengolah produk cabai tetapi juga memberikan pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang lebih efektif melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan adanya kelompok usaha, pusat pengolahan cabai, serta keterampilan pemasaran digital yang dimiliki masyarakat, diharapkan usaha berbasis komoditas cabai di Desa Banggae dapat berkembang secara berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Banggae, Kabupaten Takalar, telah berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis komoditas cabai. Program ini dilaksanakan melalui beberapa kegiatan utama yang meliputi sosialisasi program, pembentukan kelompok usaha, pendirian pusat pengolahan cabai, pelatihan pengemasan produk, serta pelatihan digital marketing. Pelaksanaan kegiatan tersebut memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya pengolahan hasil pertanian untuk meningkatkan nilai tambah produk serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pengabdian ini mampu mendorong terbentuknya empat kelompok usaha cabai yang tersebar di empat dusun di Desa Banggae, yaitu Dusun Jarannika, Banggae, Bolo, dan Garassi. Selain itu, telah didirikan satu pusat pengolahan cabai yang dimanfaatkan sebagai fasilitas produksi bersama bagi kelompok usaha dalam mengolah dan mengemas produk cabai. Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan juga menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pengemasan produk serta pemanfaatan media digital untuk kegiatan pemasaran. Evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar target program telah tercapai dengan baik. Lebih dari 80% peserta pelatihan telah mampu memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi produk. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan kewirausahaan masyarakat serta membuka peluang pengembangan usaha berbasis potensi lokal desa secara lebih berkelanjutan.

Acknowledgements

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih kepada Pemerintah Desa Banggae, Kabupaten Takalar, atas dukungan dan kerja sama yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh masyarakat Desa Banggae yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap rangkaian kegiatan yang dilaksanakan. Selain itu, tim pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung terselenggaranya kegiatan ini sehingga program pemberdayaan masyarakat berbasis komoditas cabai dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat desa.

References

- Abidin, Z., & Muhassanah, N. (2025). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Visibilitas dan Penjualan Produk UMKM. *JURNAL MUDABBIR (Journal Research and Education Studies)*, 5, 556–569. <http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/mudabbir>
- Antonius Ary Setyawan, Eva Desembrianita, Muhammad Hery Santoso, Syahril, & Rieneke Ryke Kalalo. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494–1503. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1769>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Asrah, B., Sima, D., Syahdina Lubis, H., & Tarisa, C. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>

- Dzulhijjah, L., Sumpena, D., Azis, A., Pengembangan Masyarakat Islam, J., Dakwah dan Komunikasi, F., Sunan Gunung Djati, U., & Manajemen Dakwah, J. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE). In *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* (Vol. 5).
- Ekonomi, F., Universitas, B., & Soedirman, J. (2020). Pemetaan Potensi Desa untuk Penguatan Badan Usaha Milik Desa dengan Pendekatan Asset Based Community-Driven Development Article Info. *Jurnal Warta LPM*, 23(1), 24–34. <http://journals.ums.ac.id/index.php/warta>
- Elizabeth, R. (2017). Revitalization Of Industrial Products And Empowerment Of Partnership Agency Supporting Marketing Improvements, Competitiveness And Welfare Of Banana's Farmers. *UNES Journal of Scientech Research*, 2(1). <http://journal.univ-ekasakti-pdg.ac.id>
- Feshago Panjalu, J., Siti Muslikhah, R., & Lestari Wahyuning Utami, T. (2024). Pemasaran Digital untuk Branding dalam Pengembangan UMKM di Indonesia (. In *Bisnis dan Manajemen* (Vol. 22, Number 1). <https://ukmindonesia.id/>
- Habeahan, A., Trigan, C. I. V., Sinaga, D., Aulia, D., Silalahi, E. A., Purba, L. M., Sinaga, R. I., & Ambarita, P. D. E. (2025). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Di Era Society 5.0. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 312. <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5952>
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Desa. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
- Muzayyin Maq, M., Puspita Dewi, S., Suningrat, N., & Wilson Sitopu, J. (2024). Pendampingan Balai Desa dalam Mengembangkan BUMDes untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Joni Wilson Sitopu Journal of Human And Education*, 4(5), 185–191.
- Pratama, A., Murtasidin, B., & Hidayat, N. (2025). Peran Pemerintah Kabupaten Bangka Tengah dalam Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Pesisir (Studi di Desa Lubuk Besar, Kecamatan Lubuk Besar). *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 978–994.
- Silajadja, M., Magdalena, P., Nugrahanti, T. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM Utilization of Social Media (Digital Marketing) for MSME Product Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2).
- Sosial, P., Dan, E., Pertanian, K., Artikel, I., Koresponden, A., & Elizabeth, R. (2019). Revitalisasi Implementasi Pemberdayaan Kelembagaan Pertanian Berkesinambungan Mendukung Pencapaian Daya Saing Produk Olahan Revitalization Of Sustainable Agricultural Institution Implementation Supporting Achievements Processed Products Competitiveness Roosganda Elizabeth. *UNES Journal of Scientech Research*, 4(1). <http://Ojs.ekasakti.org>
- Sujianto, Adianto, As'ari, H., HB, G., & Habibie, D. K. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pengembangan Potensi Lokal di Desa Kesumbo Ampai. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5, 6352–6359. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4593>
- Susanti, & Erlin Kurniati. (2025). Analisis Pengembangan Wilayah Berbasis Potensi Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Daerah Di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 274–297. <https://doi.org/10.59827/jie.v4i1.224>
- Timo, F., & Mentu, H. (2026). Peran Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Umkm Di Kefamenanu. *Jurnal Lentera Bisnis*, 15(1), 1018–1027. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2049>