

Inovasi Produk Olahan Perikanan Berbasis Tepung Pisang untuk Mendukung Program MBG di Desa Suak, Lampung Selatan

Banana Flour-Based Fishery Product Innovation to Support the MBG Program in Suak Village, South Lampung

Nurbani Kalsum^{*1}, Liana Verdini², Yunilla Prabandari¹, Zukryandry¹, Annisa Fitri³

¹Program Studi Teknologi Pangan Politeknik Negeri Lampung, Indonesia

²Program Studi Teknologi Pangan Halal Politeknik Negeri Lampung, Indonesia

³Program Studi Agribisnis Pangan Politeknik Negeri Lampung, Indonesia

*Email: nurbani@polinela.ac.id

(Diterima 04-05-2026; Disetujui 24-06-2026)

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Suak, Lampung Selatan bertujuan untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok dalam hal pengolahan produk olahan perikanan berbasis tepung pisang dalam mendukung program MBG. Untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh BUMDes dan KWT Desa Suak, metode yang diterapkan adalah pendekatan partisipatif yang aktif dan berkesinambungan antara tim PkM dan mitra. Tim PkM, sebagai pengusul dan ketua program, berperan aktif memberikan dukungan berupa pendampingan dan pembinaan secara rutin kepada mitra. Hasil dari kegiatan PkM menunjukkan peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok, mulai dari teori dan praktik desain kemasan hingga praktik pengolahan dan pemasaran digital menggunakan platform marketplace seperti TikTok, WhatsApp, Facebook, dan Instagram.

Kata kunci: Tepung pisang, MBG, Olahan perikanan

ABSTRACT

The PkM activity in Suak Village, South Lampung, aims to expand the knowledge and skills of group members in processing banana flour-based fishery products in support of the MBG program. To address the various challenges faced by the BUMDes and the KWT of Suak Village, the method used is an active and continuous participatory approach between the PkM team and partners. The PkM team, as the program initiator and leader, plays an active role in providing support through regular mentoring and coaching to partners. The results of the PkM activities demonstrate an increase in the knowledge and skills of group members, ranging from the theory and practice of packaging design to processing practices and digital marketing using marketplace platforms such as TikTok, WhatsApp, Facebook, and Instagram.

Keywords: Banana flour, MBG, Fishery products

PENDAHULUAN

Dalam upaya untuk mendukung keberhasilan program Makan Bergizi Gratis (MBG), penting untuk menciptakan produk pangan yang tidak hanya bergizi, tetapi juga dapat diproduksi secara efisien dan terjangkau. Salah satu solusi untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan mengembangkan produk nugget ikan berbahan dasar tepung pisang. Tepung pisang sebagai bahan baku memiliki potensi untuk menjadi alternatif yang lebih ekonomis dan ramah lingkungan dibandingkan dengan tepung terigu atau bahan olahan lainnya (Zukryandry et al., 2025). Selain itu, tepung pisang juga memiliki kandungan serat dan gizi yang bermanfaat untuk kesehatan pencernaan dan tubuh secara keseluruhan, menjadikannya pilihan yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Suak (Nusi et al., 2025).

Pembuatan nugget ikan berbahan dasar tepung pisang tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat melalui program MBG, tetapi juga pada peningkatan keterampilan dan pengetahuan kewirausahaan bagi kelompok masyarakat di desa. Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yang berfungsi sebagai sarana pemberdayaan ekonomi lokal, diharapkan produk nugget ikan dapat diproduksi dan dipasarkan dengan baik, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menciptakan lapangan kerja baru. Pemasaran produk yang efisien juga akan membantu memperluas jangkauan pasar, dari pasar lokal hingga pasar yang lebih luas, termasuk pasar daring

yang semakin berkembang. Hal ini sejalan dengan tren peningkatan penggunaan media sosial dan *e-commerce* dalam memasarkan produk-produk UMKM (Arifin et al., 2022). Salah satu faktor yang memengaruhi keberhasilan produk olahan tepung pisang adalah inovasi dalam bentuk dan rasa produk. Pembuatan nugget ikan berbahan tepung pisang dapat diperkaya dengan berbagai varian rasa untuk menarik perhatian konsumen. Misalnya, penambahan bumbu-bumbu lokal yang khas, seperti sambal pedas, keju, atau varian rasa lainnya, dapat membuat produk ini lebih menarik dan memiliki ciri khas tersendiri. Selain itu, pengolahan tepung pisang menjadi nugget dapat meningkatkan nilai jual, karena produk ini tidak hanya sehat, tetapi juga praktis dan mudah disajikan. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi berkelanjutan dalam pengolahan produk agar dapat memenuhi preferensi konsumen yang terus berkembang (Fernando & Asrol, 2025).

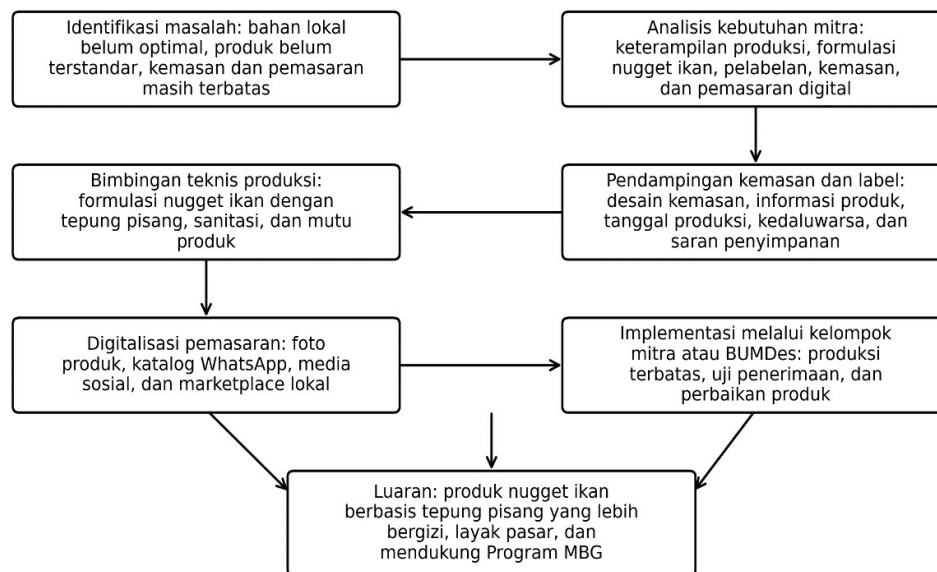
Selain inovasi rasa, penting juga untuk memikirkan desain kemasan yang menarik dan informatif. Pengemasan yang tepat tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun citra produk di mata konsumen (Lopulalan et al., 2025; Zukryandry et al., 2021). Kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan persepsi kualitas produk. Desain kemasan yang ramah lingkungan juga dapat menjadi nilai tambah, mengingat semakin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan. Oleh karena itu, pengemasan produk harus dilakukan dengan memperhatikan elemen-elemen desain yang estetik dan praktis, serta mencantumkan informasi yang jelas mengenai komposisi produk, tanggal kadaluarsa, dan saran penyimpanan (Belliza & Kusumawati, 2024). Selain itu, dalam rangka mendukung keberlanjutan usaha ini, diperlukan sistem manajemen yang baik, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan stok bahan baku. Bimbingan dalam hal ini sangat penting agar pengusaha lokal di Desa Suak dapat mengelola usaha mereka dengan lebih profesional.

Pelatihan mengenai akuntansi dasar dan pengelolaan biaya produksi akan membantu kelompok dalam menentukan harga jual yang sesuai dan mengoptimalkan keuntungan. Penerapan teknologi dalam manajemen stok dan keuangan juga dapat mempercepat proses pengambilan keputusan dan meningkatkan efisiensi operasional usaha (Afriansyah et al., 2022; Fitri et al., 2025). Mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat, pemanfaatan pemasaran digital menjadi sangat penting untuk memperluas pasar. Produk nugget ikan berbahan tepung pisang ini dapat dipasarkan melalui platform daring seperti Instagram, Facebook, dan aplikasi *e-commerce*. Promosi di media sosial dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk konsumen di luar desa yang sebelumnya mungkin tidak dapat mengakses produk ini. Selain itu, pemasaran melalui aplikasi ojek online seperti GoFood dan GrabFood juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli produk tanpa harus datang langsung ke tempat produksi, menjadikan produk ini lebih mudah diakses oleh masyarakat (Nusi et al., 2025; Sutarni et al., 2025). Berbagai upaya pengembangan dan dukungan teknis, produk nugget ikan berbahan tepung pisang ini tidak hanya diharapkan dapat mendukung program MBG di Desa Suak, tetapi juga memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat. Selain itu, usaha ini dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan, yang mendukung pertumbuhan UMKM di desa-desa lain yang serupa. Program ini tidak hanya fokus pada pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi lokal, yang menjadi kunci utama dalam mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa.

BAHAN DAN METODE

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah pendekatan partisipatif yang aktif dan berkesinambungan antara tim PkM dan mitra. Tim PkM berperan sebagai pengendali program yang memberikan dukungan, pembinaan, serta pelatihan yang rutin dan berkelanjutan kepada mitra, dalam hal ini adalah kelompok usaha di Desa Suak yang mengelola pengolahan produk nugget ikan berbahan dasar tepung pisang. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota kelompok dalam hal pengolahan, pemasaran digital, dan desain pengemasan produk agar lebih menarik dan memiliki daya saing tinggi di pasar. Sebagai bagian dari proses pengembangan usaha, tim PkM juga akan melibatkan mitra dalam setiap tahap implementasi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi akhir. Selain memberikan pelatihan teknis dalam hal produksi dan pemasaran, tim PkM akan membantu mitra untuk melakukan analisis pasar guna memahami kebutuhan konsumen serta potensi pasar yang ada. Pendekatan yang komprehensif ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada kelompok mitra mengenai pentingnya inovasi, kualitas produk, dan strategi

pemasaran yang efektif. Produk nugget ikan berbahan tepung pisang diharapkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen dan menjadi usaha yang berkelanjutan di desa tersebut. Kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan ini disusun secara sistematis dengan diagram alir yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemecahan Masalah pada Pengembangan Produk Nugget Ikan Berbasis Tepung Pisang untuk Program MBG di Desa Suak

Kegiatan PkM ini dilakukan dalam bentuk bimbingan teknis (bimtek) mengenai desain kemasan produk, pelabelan kemasan yang informatif, serta pendampingan dalam digitalisasi pemasaran produk pangan berbasis nugget ikan menggunakan *platform marketplace*. Metode ini akan mempermudah anggota kelompok dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital yang tersedia. Mitra kegiatan PkM adalah anggota kelompok penyandang disabilitas di Desa Suak, yang memiliki potensi untuk mengembangkan usaha berbasis produk lokal. Jumlah sasaran peserta yang terlibat dalam kegiatan ini adalah 20 orang, yang dipilih berdasarkan kesediaan mereka untuk berpartisipasi dan melaksanakan kegiatan secara berkesinambungan. Pemilihan peserta dilakukan bersama dengan ketua kelompok dan staf lapangan di lokasi, dengan mempertimbangkan tingkat keinginan dan kesiapan mereka dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

Secara umum, evaluasi kegiatan PkM dilakukan dalam tiga bentuk utama: evaluasi awal, evaluasi proses, dan evaluasi kegiatan akhir. Evaluasi awal dilakukan pada tahap pertama untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang pemahaman peserta terhadap program. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana peserta memahami tujuan program serta kesiapan mereka dalam mengikuti kegiatan selanjutnya. Evaluasi proses dilakukan pada tahap penerapan teknologi atau sistem yang telah ditransfer, termasuk penerapan desain kemasan dan pemasaran digital. Evaluasi ini sangat penting untuk menemukan dan menyelesaikan berbagai masalah yang muncul selama proses implementasi teknologi dan sistem yang baru. Di akhir kegiatan, evaluasi terakhir dilakukan untuk menilai keberhasilan program dan seberapa besar peningkatan keterampilan yang dicapai oleh peserta dalam pengolahan produk dan pemasaran digital. Tujuan dari evaluasi akhir ini adalah untuk memastikan bahwa peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama program dan mempraktikkannya dalam kegiatan usaha mereka secara mandiri (Arifin et al., 2022; Fernando & Asrol, 2025; Nusi et al., 2025; Zukryandry et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Balai Desa Suak dan rumah salah satu anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) yang bekerja sama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk nugget ikan berbahan dasar tepung pisang melalui perbaikan desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan

preferensi konsumen. Kegiatan dimulai dengan penyampaian materi terkait pengolahan produk pangan, berbagai jenis kemasan, fungsi kemasan dalam pemasaran, serta teknik pembuatan desain kemasan yang baik menggunakan bahan kertas maupun plastik. Metode yang digunakan berupa ceramah, diskusi, serta praktik langsung. Seluruh peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terlihat dari pertanyaan yang mereka ajukan dan keaktifan mereka dalam diskusi. Para peserta, yang didampingi oleh pendamping KWT dan BUMDes, juga langsung mempraktikkan cara mengemas produk. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis tetapi juga pengalaman langsung dalam pengemasan produk. Anggota KWT dan BUMDes diberikan pengetahuan mengenai berbagai jenis kemasan yang sesuai dengan produk yang akan dikemas.

Pentingnya desain kemasan dalam mendukung pemasaran produk yang efektif dapat dipahami dengan baik oleh seluruh peserta. Kemasan yang menarik dan informatif tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik di pasar. Sebagai hasil dari pelatihan ini, diharapkan keterampilan anggota KWT dan BUMDes meningkat, serta dapat memberikan nilai tambah bagi produk mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan harga jual dan pendapatan kelompok tersebut. Saat ini, pemasaran produk oleh anggota KWT dan BUMDes di Desa Suak masih terbatas pada pemasaran langsung kepada masyarakat sekitar desa. Akibatnya, penjualan produk dan harga yang diterima masih rendah karena kemasan yang kurang menarik. Untuk mengatasi hal ini, anggota KWT dan BUMDes dapat memperbaiki kemasan produk dan memperluas jaringan pemasaran mereka. Kegiatan PkM ini bertujuan untuk membantu mereka memahami pentingnya kemasan dalam menarik minat konsumen, serta memfasilitasi pemahaman tentang cara memasarkan produk secara online menggunakan media sosial seperti TikTok, WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Meskipun pelatihan pemasaran digital hanya sebatas pengenalan, hal ini tetap memberikan manfaat signifikan, mengingat keberagaman kemampuan anggota KWT dan BUMDes dalam menggunakan media sosial. Melalui PkM ini, diharapkan para anggota kelompok dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam desain kemasan dan pemasaran online. Berdasarkan hasil evaluasi, keterampilan anggota KWT dan BUMDes dalam hal pengemasan produk meningkat secara signifikan, dan mereka yang sebelumnya belum mampu membuat desain kemasan kini dapat melakukannya dengan baik setelah mengikuti pelatihan ini. Salah satu produk hasil kegiatan PkM dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Produk hasil kegiatan PkM

Selanjutnya, selain memberikan pelatihan tentang desain kemasan dan pengemasan produk menggunakan mesin pengemas sederhana, tim PkM juga memperkenalkan berbagai aplikasi pemasaran online dengan menggunakan platform *marketplace* seperti TikTok, WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Menurut Rusnendar et al., (2024), pemanfaatan media pemasaran digital dalam era sekarang ini sangat penting untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Pemasaran digital memungkinkan produk untuk dikenal oleh banyak orang tanpa batasan ruang dan waktu, serta memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melihat dan membeli produk dari mana saja tanpa harus bertemu langsung dengan penjual. Dengan demikian, kegiatan PkM ini tidak hanya

meningkatkan keterampilan pengemasan dan pemasaran produk, tetapi juga membuka peluang baru bagi anggota KWT dan BUMDes untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Suak menunjukkan adanya peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok, yang mencakup praktik desain pengemasan hingga pemasaran produk melalui *platform marketplace* seperti TikTok, WhatsApp, Facebook, dan Instagram.

Saran

Diharapkan anggota kelompok dapat mengikuti pelatihan lebih lanjut untuk UMKM guna memperluas wawasan mereka, serta membangun jaringan dengan berbagai pemangku kepentingan untuk mendukung keberhasilan penjualan produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PkM ini merupakan hibah pendanaan dari Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Tahun 2026. Tim PkM mengucapkan terima kasih khususnya kepada Kepala Desa Suak, seluruh perangkat Desa Suak, ketua dan anggota BUMDes serta KWT Desa Suak yang telah memberikan kesempatan berbagi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, Kembauw, E., Munajat, Marni, S., Sari, F. P., Fitri, A., Bintariningtyas, S., Lastinawati, Jumri, Raharti, R., Kusnadi, I. H., Darmawan, A., Sembada, A. A., & Dahlia, A. B. (2022). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian* (Suwandi, Ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Arifin, O., Kania, D. W., Fitri, A., & Enggar Dwi Cahyo. (2022, November 15). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Promosi Produk Kampung Kakao Di Desa Sungai Langka. *Prosiding Seminar Nasional Penerapan IPTEKS*. <https://jurnal.polinela.ac.id/SEMTEKS>
- Belliza, A., & Kusumawati, N. (2024). The Influence of Visual Attributes in Packaging Design on Generation Z's Dessert Snack Purchasing Decision. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 2(1), 57–74. <https://doi.org/10.58229/jcsam.v2i1.175>
- Fernando, R., & Asrol, M. (2025). Influence of Consumer Perception and Packaging Design on the Increase of Consumer Satisfaction with Packaged Drinking Water. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(3), 1298–1313. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i3.3943>
- Fitri, A., Difah, D. A., Cordanis, A. P., Agustia, D., Bana, M. V. M., Amalia, D. N., Andriyanty, R., Teapon, R. R., Darhyati, A. T., & Nurmalasari, Y. (2025). *Ekonomi Pertanian*. Menara Press Indonesia. www.menarapress.com
- Lopulalan, C. G. C., Anita, A. S., Widyantari, N. I., Ashar, M. N., Hendrarini, H., Nuryaman, H., Intisari, H. L. K., Dewijanti, I. I., & Fitri, A. (2025). *Ketahanan Pangan Agribisnis*. CV HEI PUBLISHING INDONESIA. www.heipublishing.com
- Nusi, C., Gobel, L. V., & Hasan, K. K. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Limaya di Kelurahan Molosipat Kabupaten Gorontalo. *JIMB*, 8(2). <https://doi.org/10.37479/JIMB.V8I2.34854>
- Rusnendar, E., Musadat, I. A., & Pramayuda, A. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Insearch*, 23(1). <https://doi.org/10.37278/insearch.v23i1.1037>
- Sutarni, Apriyani, M., Pratiwi, D., Saty, F. M., Desfaryani, R., Andarwangi, T., Berliana, D., Bellapama, I. A., Fitriani, Fitri, A., & Trisnanto, T. B. (2025). *PEMASARAN HASIL PERTANIAN*. PT Literasi Nusantara Abadi Group. www.penerbitlitnus.co.id
- Zukryandry, Arifin, O., Fitri, A., Nur Fanti, F., Raey Fitri, A., & Fathin Abdul Alim, M. (2024). Pelatihan Pengemasan Produk Untuk Mendukung Digitalisasi Pemasaran pada Kelompok

Penyandang Disabilitas Desa Suak Lampung Selatan. *Abdimas Galuh*, 6(2), 2467–2473. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/ag.v6i2.16177>

Zukryandry, Fitri, A., & Hidayat, B. (2021). Nilai Tambah dan Sikap Konsumen Produk Brownies Berbahan Baku Tepung Ubi Kayu Tinggi Protein. *AGRIMOR*, 6(2), 53–59. <https://doi.org/10.32938/ag.v6i2.1245>

Zukryandry, Vidyarini, A., Firdawati, & Fitri, A. (2025). Development of Brownies Substituted with Modified Banana Flour towards Sensory Properties and Nutritional Content as Alternative Supplementary Food for Pregnant Women. *Amerta Nutrition*, 9(4). <https://doi.org/10.20473/amnt.v9i4.2025.698-709>