

Pendampingan Efisiensi Banana Lumer melalui Penerapan Teknologi Perajang Pisang dan Digital Marketing pada UMKM Arumi Yummi Kabupaten Gowa

Melsa Jumliana^{1*}, Rahadian Cahyadi², Alamsjah³, Iin Fauziah Irham⁴, Siti Kirani Ramadhani⁵

^{1,2,4,5}Program Studi Akuntansi, Universitas Almarisah Madani, Makassar, Indonesia

³Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia

*Corresponding Author: melsajumliana80@gmail.com

Dikirim: 23-07-2027; Direvisi: 05-08-2026; Diterima: 10-08-2026

Abstrak: UMKM Arumi Yummi merupakan usaha pangan lokal yang memiliki potensi untuk berkembang, namun masih menghadapi kendala dalam aspek produksi dan pemasaran. Proses pengolahan pisang yang masih dilakukan secara manual menyebabkan kapasitas produksi rendah dan waktu kerja kurang efisien. Di sisi lain, pemanfaatan pemasaran digital masih terbatas sehingga jangkauan pasar belum optimal. Program Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) ini bertujuan meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM melalui penerapan teknologi tepat guna dan penguatan kapasitas pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi, dan keberlanjutan program. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kapasitas produksi meningkat dari 2 kg menjadi 4 kg pisang per hari dengan kualitas produk yang lebih seragam dan waktu produksi yang lebih efisien. Selain itu, mitra berhasil mengelola akun Shopee dan TikTok Seller sebagai media promosi dan penjualan sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas. Program ini membuktikan bahwa integrasi teknologi tepat guna dan digital marketing mampu meningkatkan produktivitas, efisiensi, daya saing, serta mendukung keberlanjutan UMKM berbasis pangan lokal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak jangka panjang penerapan teknologi dan pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan, perluasan pasar, serta keberlanjutan usaha UMKM dengan melibatkan lebih banyak mitra dan variabel penelitian yang lebih beragam.

Kata kunci: UMKM; teknologi tepat guna; digital marketing; *E-Commerce*.

Abstract: Arumi Yummi is a local food business with significant growth potential; however, it still faces challenges in production and marketing. The manual banana processing system results in low production capacity and inefficient working time. In addition, the use of digital marketing remains limited, resulting in suboptimal market reach. This Community Service Program (PMP) aims to improve the productivity and competitiveness of the MSME through the implementation of appropriate technology and the enhancement of digital marketing capabilities. The implementation methods included socialization, training, technology application, mentoring, evaluation, and program sustainability. The results showed that production capacity increased from 2 kg to 4 kg of bananas per day, with more uniform product quality and greater production efficiency. Furthermore, the partner successfully managed Shopee and TikTok Seller accounts as promotional and sales media, thereby expanding market reach. This program demonstrates that the integration of appropriate technology and digital marketing can enhance productivity, efficiency, competitiveness, and the sustainability of local food-based MSMEs. Future studies are recommended to examine the long-term impacts of technology adoption and digital marketing on income growth, market expansion, and MSME sustainability by involving more partners and research variables.

Keywords: MSMEs; appropriate technology; digital marketing; *E-Commerce*.

PENDAHULUAN

Kabupaten Gowa, khususnya Kelurahan Borongloe, merupakan kawasan semi-perkotaan dengan kegiatan ekonomi masyarakat yang didominasi oleh UMKM pangan rumahan. Wilayah ini memiliki potensi ketersediaan bahan baku lokal, terutama pisang, yang cukup melimpah serta didukung akses distribusi yang relatif baik karena dekat dengan pusat kota dan jalur pemasaran. Pisang dikenal sebagai komoditas pangan yang banyak digunakan dalam produksi makanan ringan karena pasokannya cenderung berkelanjutan, proses pengolahannya sederhana, serta digemari oleh berbagai lapisan masyarakat. Salah satu bentuk diversifikasi olahannya adalah banana lumer (keripik pisang yang diberikan topping) yang memiliki peluang peningkatan nilai ekonomi karena bersifat praktis, tahan disimpan dalam jangka waktu tertentu, dan selaras dengan pola konsumsi konsumen. Meski demikian, pada tingkat usaha mikro, pengembangan produk berbahan dasar pisang masih menghadapi kendala, terutama terkait keterbatasan teknologi pengolahan dan belum optimalnya sistem pemasaran yang terintegrasi.

UMKM Arumi Yummi di Kabupaten Gowa merupakan salah satu usaha berbasis rumah tangga yang menjalankan kegiatan produksi camilan berbahan dasar pisang dengan merek Banana Lumer. Berdasarkan kondisi eksiting, mitra mengolah sekitar 2 kg pisang setiap hari, yang setelah melalui tahapan pengolahan menghasilkan kurang lebih 1 kg keripik pisang. Produk tersebut selanjutnya dikemas menjadi 5 bungkus dengan berat masing-masing 250 gram dan dipasarkan pada rentang harga Rp15.000 sampai Rp25.000 per kemasan. Dari segi cita rasa dan keterjangkauan harga, Banana Lumer menunjukkan potensi sebagai camilan khas lokal yang dapat diterima oleh berbagai lapisan konsumen.



Gambar 1. Proses Pengirisan Manual

Permasalahan dari aspek produksi, proses perajangan pisang masih dilakukan secara manual menggunakan pisau dapur sederhana sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama dan menghasilkan ukuran irisan yang tidak seragam. Penggunaan alat tersebut menyebabkan waktu produksi menjadi lebih lama serta menghasilkan irisan dengan ketebalan yang tidak seragam (Gunawan et al., 2025), yang pada akhirnya berpengaruh terhadap kualitas dan konsistensi keripik pisang yang dihasilkan (Perdana et al., 2020; Sutadji et al., 2024; Yelfiarita et al., 2025). Dari sisi nilai produksi dan omzet, kapasitas produksi harian yang masih rendah berdampak pada pendapatan usaha yang belum optimal. Mitra juga belum memiliki teknologi

pendukung produksi yang dapat mempercepat proses kerja dan meningkatkan jumlah hasil produksi. Ketika terjadi peningkatan permintaan pasar, mitra mengalami kesulitan untuk menambah volume produksi tanpa meningkatkan beban kerja secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan utama dalam pengembangan usaha mitra tidak terletak pada ketersediaan bahan baku, melainkan pada teknologi pengolahan yang masih sederhana dan belum mendukung peningkatan kapasitas produksi secara optimal (Ramziqi et al., 2025; Ramly *et al.*, 2025; Simbolon et al., 2025).



Gambar 2. Keripik Pisang Banana Lumer

Pada aspek pemasaran, promosi produk masih terbatas pada penjualan langsung dan pemasaran melalui WhatsApp pribadi. Mitra belum memanfaatkan digital marketing secara optimal, seperti Tiktok dan *marketplace* (shopee) untuk memperluas jangkauan pasar. Media sosial digunakan untuk memperkenalkan produk, membangun interaksi dengan pelanggan, serta menerima pesanan secara langsung (Wahyuni et al., 2022). Namun, pola pemasaran tersebut masih bersifat terbatas karena sangat bergantung pada aktivitas harian pemilik usaha dan jangkauan jaringan konsumen yang relatif sempit, sehingga potensi perluasan pasar belum tergarap secara optimal. Hingga saat ini, Arumi Yummi belum memiliki toko daring pada platform *e-commerce* seperti *Shopee*. Ketiadaan saluran penjualan berbasis *e-commerce* menyebabkan aktivitas pemasaran dan transaksi masih terpusat pada media sosial dan penjualan langsung. Kondisi ini membatasi akses mitra terhadap pasar yang lebih luas serta peluang peningkatan volume penjualan (Saragih et al., 2024; Sulistiawan et al., 2025).

Produk Banana Lumer pada dasarnya memiliki karakteristik yang mendukung pemasaran melalui *platform e-commerce*, antara lain ukuran kemasan yang ringkas, tingkat harga yang relatif terjangkau, serta daya simpan yang memadai untuk proses distribusi (Wibowo et al., 2023). Selain itu, kemasannya juga sudah memiliki desain produk yang mampu menarik konsumen (Ferdiyan et al., 2024; Muharam et al., 2023). Oleh sebab itu, upaya peningkatan efisiensi pada sisi produksi melalui penerapan teknologi tepat guna menjadi kebutuhan yang bersifat mendesak. Penggunaan teknologi alat perajang pisang otomatis diharapkan dapat mempercepat tahapan pengirisan, menghasilkan ketebalan irisan yang lebih seragam (Gunawan et al., 2025; Simbolon et al., 2025), dan mengurangi ketergantungan pada tenaga manual (Ramly et al., 2025). Dengan dukungan tersebut, kapasitas produksi dapat

ditingkatkan secara bertahap tanpa menghilangkan karakteristik usaha rumah tangga yang selama ini dijalankan oleh mitra.



Gambar 3. Kemasan Banana Lumer

Berdasarkan kondisi tersebut, program Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) diarahkan pada pendampingan UMKM Arumi Yummi yang mengintegrasikan dua aspek utama, yaitu perbaikan efisiensi produksi melalui penerapan teknologi alat perajang pisang otomatis dan optimalisasi pemasaran Banana Lumer melalui *platform e-commerce* Shopee dan Tiktok. Pendekatan ini diharapkan mampu memperkuat kesiapan usaha dari sisi produksi sekaligus memperluas jangkauan pasar (Lestari et al., 2025; May et al., 2025), sehingga pengembangan usaha dapat berjalan secara lebih terarah dan berkelanjutan (Muharam et al., 2024). Urgensi pelaksanaan program ini didasarkan pada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan daya saing UMKM pangan lokal di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dan semakin ketatnya persaingan pasar. Keterbatasan kapasitas produksi akibat penggunaan metode konvensional serta rendahnya pemanfaatan pemasaran digital berpotensi menghambat pertumbuhan usaha dan mengurangi kemampuan UMKM dalam memenuhi permintaan konsumen. Apabila kondisi tersebut tidak segera diatasi, UMKM Arumi Yummi akan menghadapi kesulitan dalam meningkatkan produktivitas, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan keberlanjutan usahanya. Selain itu, transformasi digital pada sektor UMKM telah menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penerapan teknologi tepat guna dan penguatan kapasitas pemasaran digital menjadi langkah strategis untuk menciptakan sistem usaha yang lebih efisien, adaptif, dan kompetitif. Program ini tidak hanya berfokus pada penyelesaian permasalahan jangka pendek, tetapi juga bertujuan membangun kemandirian mitra dalam mengelola proses produksi dan pemasaran secara berkelanjutan sehingga mampu memberikan dampak ekonomi yang lebih luas bagi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal.

KAJIAN TEORI

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang dikembangkan oleh Davis, 1989; Venkatesh et al., (2003) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi oleh individu. Model ini menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi dipengaruhi terutama oleh dua persepsi utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Persepsi manfaat mengacu

pada keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas maupun kinerja dalam menyelesaikan pekerjaan. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan tingkat keyakinan bahwa teknologi tersebut dapat dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Kedua persepsi tersebut akan membentuk sikap pengguna terhadap teknologi, memengaruhi niat untuk menggunakannya, dan pada akhirnya menentukan tingkat pemanfaatan teknologi dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam konteks pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), TAM menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk menjelaskan proses adopsi teknologi tepat guna maupun teknologi digital. Pelaku UMKM cenderung lebih bersedia memanfaatkan teknologi apabila mereka merasakan manfaat yang nyata terhadap peningkatan produktivitas, efisiensi waktu, kualitas hasil produksi, maupun kemudahan dalam menjalankan aktivitas usaha. Sebaliknya, apabila teknologi dianggap rumit atau tidak memberikan keuntungan yang jelas, maka tingkat penerimaannya cenderung lebih rendah. Oleh karena itu, keberhasilan implementasi teknologi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan alat, tetapi juga oleh pemahaman pengguna terhadap manfaat dan kemudahan penggunaannya.

Pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, Technology Acceptance Model digunakan sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan penerapan alat perajang pisang otomatis serta pemanfaatan platform digital TikTok dan Shopee pada UMKM Arumi Yummi. Penerapan alat perajang diharapkan memberikan manfaat berupa percepatan proses pengirisan, menghasilkan ketebalan irisan yang lebih seragam, meningkatkan kapasitas produksi, serta mengurangi ketergantungan pada proses manual. Di sisi lain, pemanfaatan TikTok dan Shopee diharapkan mempermudah kegiatan promosi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan peluang penjualan. Melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, mitra diharapkan mampu merasakan manfaat sekaligus kemudahan dalam menggunakan kedua teknologi tersebut sehingga mendorong penerapan teknologi secara berkelanjutan dalam pengembangan usahanya.

2. Digital Marketing

Digital marketing merupakan pendekatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet untuk memperkenalkan produk, membangun hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan peluang terjadinya transaksi. Berbeda dengan pemasaran konvensional, digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis maupun waktu operasional (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022). Berbagai platform digital, seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi berbasis internet, memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk menampilkan informasi produk secara menarik, berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, menerima umpan balik, serta melakukan promosi dengan biaya yang relatif lebih efisien. Oleh karena itu, digital marketing telah menjadi salah satu strategi yang penting dalam meningkatkan daya saing usaha di era transformasi digital.

Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penerapan digital marketing tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), dan mendorong peningkatan penjualan. Pemanfaatan platform seperti TikTok dan Shopee memungkinkan pelaku usaha menjangkau calon konsumen dari berbagai daerah



melalui konten digital yang menarik dan sistem transaksi yang mudah diakses. Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, digital marketing menjadi salah satu solusi untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini masih bergantung pada penjualan langsung dan WhatsApp. Melalui pendampingan penggunaan TikTok dan Shopee, UMKM Arumi Yummi diharapkan mampu meningkatkan visibilitas produk Banana Lumer, memperluas jaringan pemasaran, serta menciptakan peluang pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan.

3. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha produktif yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan potensi ekonomi lokal. Karakteristik utama UMKM umumnya ditandai oleh skala usaha yang relatif kecil, penggunaan modal yang terbatas, pengelolaan yang masih sederhana, serta kemampuan adaptasi yang cukup tinggi terhadap perubahan kebutuhan pasar. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan teknologi produksi, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, keterbatasan akses pemasaran, dan minimnya inovasi dalam pengembangan usaha.

Upaya penguatan kapasitas UMKM dapat dilakukan melalui penerapan teknologi tepat guna dan transformasi digital yang mampu meningkatkan efisiensi operasional maupun daya saing produk. Penggunaan peralatan produksi yang lebih modern dapat mempercepat proses kerja, meningkatkan kualitas hasil produksi, serta menambah kapasitas output. Di sisi lain, pemanfaatan media digital dan platform e-commerce dapat memperluas akses pasar sekaligus meningkatkan peluang penjualan (Muharam et al., 2023). Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini mengintegrasikan penerapan alat perajang pisang otomatis dengan pendampingan digital marketing sebagai strategi untuk meningkatkan produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan usaha UMKM Arumi Yummi di Kabupaten Gowa.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) ini dilaksanakan sejak Juni 2026 di UMKM Arumi Yummi, Kabupaten Gowa. Program bertujuan untuk: (1) meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi melalui penerapan alat perajang pisang otomatis; (2) meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan pemasaran digital berbasis *e-commerce*; dan (3) meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha UMKM. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui lima tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program yang mencakup aspek produksi dan pemasaran. Pada aspek produksi, kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya efisiensi produksi melalui pemanfaatan alat perajang pisang otomatis. Selanjutnya, mitra memperoleh pelatihan mengenai pengoperasian alat, pengaturan ketebalan irisan, serta penerapan kebersihan dan keselamatan kerja. Tahap berikutnya adalah penerapan teknologi dengan mengintegrasikan alat perajang pisang ke dalam proses produksi sehingga proses pengirisan menjadi lebih cepat, seragam, dan efisien.

Pada aspek pemasaran, kegiatan dimulai dengan sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing dan pemanfaatan e-commerce sebagai strategi



memperluas jangkauan pasar. Pelatihan difokuskan pada pengelolaan pemasaran digital melalui platform Shopee dan TikTok Seller, dilanjutkan dengan pembuatan dan pengelolaan toko daring sebagai media promosi dan penjualan produk. Tim pengabdian melakukan pendampingan dan evaluasi secara berkala untuk memantau perkembangan pemasaran digital dan efektivitas strategi yang diterapkan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner.

Tabel 1. Kisi-kisi Indikator dan Instrumen Pengumpulan Data

Aspek	Indikator	Instrumen
Produksi	Kapasitas produksi per hari	Observasi dan dokumentasi
Produksi	Efisiensi waktu produksi	Observasi
Produksi	Kemampuan mengoperasikan alat	Kuesioner dan wawancara
Pemasaran	Kemampuan mengelola Shopee dan TikTok Seller	Kuesioner dan wawancara
Pemasaran	Perluasan jangkauan pemasaran	Wawancara

Partisipasi mitra diwujudkan melalui penyampaian informasi terkait permasalahan usaha, penyediaan lokasi kegiatan dan bahan baku, keikutsertaan dalam seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan, serta penerapan teknologi produksi dan pemasaran digital dalam kegiatan usaha sehari-hari. Evaluasi program dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan berdasarkan indikator peningkatan efisiensi produksi, kapasitas output, perkembangan pemasaran digital, serta peningkatan keterampilan mitra. Keberlanjutan program diarahkan pada peningkatan kemandirian mitra dalam mengoperasikan dan merawat alat perajang, mengelola pemasaran digital secara mandiri, serta memperluas jaringan pemasaran sehingga produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan UMKM Arumi Yummi dapat terus meningkat.

IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan sejak Juni 2026 pada UMKM Arumi Yummi di Kelurahan Borongloe, Kabupaten Gowa, dengan fokus pada peningkatan efisiensi produksi dan optimalisasi pemasaran digital produk Banana Lumer. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi tepat guna dan digital marketing sebagai strategi pengembangan usaha. Selanjutnya, tim melaksanakan pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, serta evaluasi secara berkelanjutan sehingga seluruh program dapat diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan mitra. Keterlibatan aktif mitra selama kegiatan menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan transfer teknologi dan peningkatan kapasitas usaha.

1. Implementasi pada aspek produksi

Pada aspek produksi, implementasi kegiatan diawali dengan penerapan alat perajang pisang otomatis sebagai teknologi tepat guna untuk menggantikan proses pengirisan yang sebelumnya masih dilakukan secara manual menggunakan pisau dapur. Setelah alat digunakan dalam proses produksi, waktu pengirisan menjadi lebih singkat, ketebalan irisan lebih seragam, serta kapasitas produksi mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil evaluasi, kapasitas pengolahan meningkat dari sekitar 2 kg menjadi 4 kg pisang per hari, atau meningkat dari sekitar 40% menjadi 80% dibandingkan kondisi sebelum program dilaksanakan. Peningkatan tersebut

menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tepat guna mampu meningkatkan efisiensi kerja sekaligus mengurangi ketergantungan pada proses manual. Hasil ini mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa suatu teknologi akan lebih mudah diterima apabila pengguna merasakan manfaat nyata (*perceived usefulness*) dalam meningkatkan kinerja usahanya (Venkatesh et al., 2003).



Gambar 4. Penerapan IPTEKS

Selain penerapan teknologi, tim juga melaksanakan pelatihan dan pendampingan mengenai pengoperasian alat perajang pisang otomatis, pengaturan ketebalan irisan, prosedur perawatan alat, serta penerapan kebersihan dan keselamatan kerja. Pendampingan dilakukan secara langsung selama proses produksi sehingga mitra dapat mempraktikkan penggunaan alat secara mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sekitar 80% mitra telah mampu mengoperasikan alat perajang pisang otomatis secara mandiri, sesuai dengan target luaran program. Kemampuan tersebut menjadi indikator keberhasilan proses alih teknologi, karena mitra tidak hanya menerima bantuan alat, tetapi juga memiliki kompetensi untuk mengoperasikan dan memeliharanya secara berkelanjutan.

Pendampingan produksi juga difokuskan pada pengendalian kualitas hasil irisan dan pengelolaan alur kerja. Penggunaan alat menghasilkan irisan pisang yang lebih seragam sehingga tingkat kematangan saat proses penggorengan menjadi lebih merata dan kualitas Banana Lumer lebih konsisten dibandingkan sebelumnya. Tim juga memberikan pembinaan mengenai kedisiplinan kerja, manajemen waktu, dan pengaturan alur produksi agar aktivitas produksi menjadi lebih efektif. Selain itu, dilakukan penguatan kemitraan dengan pemasok bahan baku untuk menjaga kontinuitas ketersediaan pisang sehingga proses produksi dapat berlangsung secara berkesinambungan ketika permintaan pasar meningkat.

2. Implementasi pada aspek Pemasaran

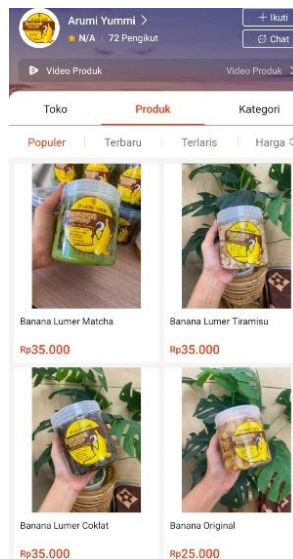
Pada aspek pemasaran, implementasi kegiatan diawali dengan pelatihan mengenai digital marketing yang mencakup strategi promosi melalui media sosial dan pemanfaatan platform *e-commerce*. Mitra memperoleh pendampingan dalam pembuatan akun Shopee dan TikTok Seller (TikTok Shop) sebagai media pemasaran digital yang terintegrasi. Proses pendampingan meliputi pembuatan identitas toko, pengunggahan katalog produk, penyusunan deskripsi produk, penentuan harga, pengelolaan transaksi, hingga pengaturan metode pembayaran dan pengiriman (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM Arumi Yummi berhasil memiliki akun Shopee dan TikTok Seller yang aktif sehingga pemasaran produk Banana Lumer tidak lagi bergantung pada penjualan langsung

maupun WhatsApp, tetapi telah memanfaatkan marketplace dan media sosial sebagai saluran pemasaran yang lebih luas.



Gambar 5. Pelatihan Bisnis Digital dan E-Commerce

Tim juga mendampingi mitra dalam pembuatan konten digital berupa foto dan video produk yang menampilkan proses produksi, variasi rasa, tampilan kemasan, serta keunggulan Banana Lumer Untuk meningkatkan daya tarik promosi. Konten tersebut dipublikasikan secara terjadwal melalui TikTok dan diintegrasikan dengan katalog produk pada Shopee sehingga mampu meningkatkan visibilitas produk kepada calon konsumen. Selain itu, mitra diberikan pelatihan mengenai pengelolaan fitur-fitur TikTok Seller, seperti pengunggahan produk, pengelolaan pesanan, pemanfaatan fitur promosi, serta pemantauan performa penjualan. Untuk mendukung distribusi produk, tim juga memfasilitasi kemitraan dengan jasa pengiriman sehingga proses pemesanan melalui marketplace dapat berjalan lebih efektif. Integrasi antara TikTok Seller, Shopee, dan layanan logistik memberikan kemudahan bagi mitra dalam mengelola transaksi sekaligus memperluas jangkauan pemasaran hingga di luar Kabupaten Gowa.



Gambar 6. Toko Shopee

Hasil implementasi pada aspek pemasaran menunjukkan bahwa mitra mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan penjualan. Keberhasilan penggunaan Shopee dan TikTok Seller memperlihatkan bahwa pelaku UMKM mampu

mengadopsi teknologi digital ketika teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata terhadap pengembangan usaha. Kondisi ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat teknologi (*perceived usefulness*) akan meningkatkan penerimaan teknologi oleh pengguna. Melalui pendampingan yang dilakukan secara intensif, mitra mampu memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran yang lebih efektif sehingga peluang peningkatan penjualan menjadi semakin besar.

3. Pembahasan

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) pada UMKM Arumi Yummi menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna dan pemasaran digital memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas, efisiensi operasional, dan daya saing usaha. Program ini difokuskan pada penyelesaian dua permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu rendahnya efisiensi produksi akibat penggunaan metode manual serta keterbatasan pemasaran yang masih bergantung pada penjualan secara konvensional. Sebelum program dilaksanakan, proses pengirisan pisang pada UMKM Arumi Yummi masih dilakukan secara manual sehingga membutuhkan waktu yang relatif lama, kapasitas produksi terbatas, dan menghasilkan ukuran irisan yang kurang seragam. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya produktivitas dan kualitas produk Banana Lumer yang dihasilkan. Setelah penerapan alat perajang pisang otomatis, kapasitas produksi meningkat dari 2 kg menjadi 4 kg per hari atau mengalami peningkatan sebesar 100%.

Peningkatan kapasitas produksi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tepat guna mampu mempercepat proses produksi dan meningkatkan efisiensi kerja. Selain menghasilkan irisan yang lebih seragam, alat perajang juga mampu mengurangi beban kerja mitra dan mempersingkat waktu produksi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yelfiarita et al., (2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi pada industri pangan skala kecil dapat meningkatkan produktivitas, menjaga kualitas produk, serta menciptakan efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja dan waktu produksi. Dari perspektif ekonomi, peningkatan kapasitas produksi memberikan peluang bagi UMKM untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih besar. Dengan meningkatnya jumlah produk yang dihasilkan, potensi peningkatan pendapatan usaha juga semakin tinggi. Oleh karena itu, penerapan teknologi tepat guna tidak hanya berpengaruh terhadap aspek teknis produksi, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kinerja ekonomi usaha.

Keberhasilan penerapan alat perajang pisang otomatis tidak terlepas dari pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara intensif. Kegiatan pelatihan difokuskan pada pengoperasian alat, pengaturan ketebalan irisan, prosedur perawatan, serta penerapan standar kebersihan dan keselamatan kerja. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sekitar 80% mitra telah mampu mengoperasikan alat secara mandiri setelah mengikuti rangkaian pelatihan. Peningkatan kemampuan tersebut menunjukkan bahwa transfer pengetahuan dan teknologi merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan adopsi inovasi pada UMKM. Menurut Taroreh et al (2026), peningkatan literasi teknologi dan keterampilan digital menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan transformasi usaha kecil dan menengah di era digital (Perdana et al., 2020; Ramziqi et al., 2025). Dengan adanya



pendampingan yang berkelanjutan, mitra tidak hanya mampu menggunakan teknologi, tetapi juga dapat melakukan perawatan dan pengembangan secara mandiri. Selain itu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia menjadi modal penting dalam menjaga keberlanjutan program. Penguasaan teknologi oleh mitra memungkinkan proses produksi tetap berjalan secara optimal meskipun program pengabdian telah berakhir.

Sebelum program dilaksanakan, strategi pemasaran UMKM Arumi Yummi masih mengandalkan penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Model pemasaran tersebut menyebabkan jangkauan pasar terbatas dan belum mampu menjangkau konsumen di luar wilayah Kabupaten Gowa. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pemanfaatan platform digital, khususnya Shopee dan TikTok Seller. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil membuat dan mengelola akun toko daring sebagai media promosi dan penjualan. Mitra juga memperoleh kemampuan dalam membuat konten pemasaran, mengunggah foto produk, menulis deskripsi produk, serta memanfaatkan fitur promosi yang tersedia pada platform e-commerce. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa digital marketing mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan visibilitas produk UMKM.

Penelitian Sitepu (2025) menjelaskan bahwa penggunaan media digital dan marketplace memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk membangun komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen melalui interaksi langsung pada platform digital. Pemanfaatan TikTok Seller sebagai sarana pemasaran juga memberikan keuntungan tambahan karena platform tersebut mampu menggabungkan fungsi promosi dan transaksi dalam satu sistem. Konten video yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk sekaligus mendorong keputusan pembelian. Sementara itu, Shopee memberikan kemudahan dalam pengelolaan transaksi, pembayaran, dan distribusi produk kepada konsumen.

Penerapan teknologi produksi dan pemasaran digital secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap daya saing UMKM Arumi Yummi. Peningkatan efisiensi produksi memungkinkan mitra menghasilkan produk dalam jumlah yang lebih besar dengan kualitas yang lebih baik, sedangkan pemasaran digital membuka akses terhadap pasar yang lebih luas. May et al (2025) menjelaskan bahwa daya saing UMKM dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi, mengembangkan inovasi, dan memanfaatkan sistem pemasaran digital. Dalam konteks UMKM Arumi Yummi, integrasi antara teknologi produksi dan e-commerce telah menciptakan keunggulan kompetitif berupa peningkatan kapasitas produksi, efisiensi operasional, serta perluasan pasar. Lebih lanjut, Aprilianti et al (2025) menyatakan bahwa adopsi teknologi digital pada UMKM sektor pangan tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran secara lebih efektif (Lestari et al., 2025).

Aspek keberlanjutan menjadi salah satu indikator keberhasilan program pengabdian. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan, mitra diharapkan mampu mengoperasikan dan merawat alat perajang secara mandiri,

mengelola toko digital secara konsisten, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif. Keberlanjutan program juga didukung oleh komitmen mitra untuk terus memanfaatkan teknologi yang telah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, pendampingan yang dilakukan selama program berlangsung telah membentuk kemampuan adaptasi mitra terhadap perubahan teknologi dan perkembangan pasar digital. Secara keseluruhan, hasil program membuktikan bahwa integrasi teknologi tepat guna dan pemasaran digital mampu meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing UMKM Arumi Yummi. Sinergi antara inovasi teknologi, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan pendampingan yang berkelanjutan menjadi faktor utama dalam mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha mikro berbasis pangan lokal.

KESIMPULAN

Program Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) yang dilaksanakan pada UMKM Arumi Yummi berhasil meningkatkan kapasitas usaha melalui penerapan teknologi tepat guna dan optimalisasi pemasaran digital. Implementasi alat perajang pisang otomatis mampu meningkatkan efisiensi proses produksi, menghasilkan irisan yang lebih seragam, serta meningkatkan kapasitas produksi dari 2 kg menjadi 4 kg pisang per hari. Selain itu, pelatihan dan pendampingan yang diberikan berhasil meningkatkan kemampuan mitra dalam mengoperasikan alat produksi secara mandiri serta mengelola pemasaran digital melalui Shopee dan TikTok Seller. Pemanfaatan kedua platform tersebut memperluas jangkauan pemasaran dan membuka peluang peningkatan penjualan produk Banana Lumer. Secara keseluruhan, integrasi teknologi produksi dan digital marketing terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan UMKM berbasis pangan lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia (Kemdiktisaintek) atas dukungan pendanaan melalui Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Pemula (PMP) Tahun Anggaran 2026, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Almarisah Madani dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Almarisah Madani atas fasilitasi dan dukungan selama pelaksanaan program. Penghargaan yang sebesar-besarnya turut diberikan kepada UMKM Arumi Yummi selaku mitra pengabdian atas partisipasi, kerja sama, dan komitmennya dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, serta kepada seluruh mahasiswa yang terlibat dalam pelaksanaan program sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi pengembangan usaha mitra.

DAFTAR USTAKA

Aprilianti, D., Agustian, A., & Narimawati, U. (2025). Adoption and Use of Digital Marketing Tools Among Food and Beverage MSMEs in Gen Z. *Jurnal Ilmiah*



Manajemen Kesatuan, 13(4), 2889–2908.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i4.3687>

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center*, 13(3), 319–340.
- Ferdiyan, M. R. R., Iqbal, I., & Hendriana, A. (2024). Strategi Digital Marketing Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Keripik Pisang Ibu Sumiati Pada Koperasi Syariah BMI. *JIMAPAS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pemasaran*, 2(2), 105–118.
- Gunawan, G., Kusumo, A. H., Batutah, M. A., Dewi, K. P., & Koria, R. A. S. (2025). Implementasi Teknologi Perajang pada UMKM Keripik: Strategi Peningkatan Kapasitas Produksi dan Mutu Produk. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 9(2), 247–257.
- Lestari, L. P., Utami, R. S., Jafar, S. R., Purwanto, S., & Yusril, M. (2025). Penguatan Usaha Keripik Berbasis Pangan Lokal Melalui Inovasi Teknologi, Perlindungan Huku, dan Strategi Pemasaran di Desa Balongbedo Kecamatan Balangbedo Kabupaten Sidoarjo. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 7(September), 316–327.
- May, E. E., Bunmi, E. E., Oyekunle, D. O., Ugbomeh, W. O., & Matthew, U. O. (2025). Digital Marketing Adoption in SMEs: A Technology-Organization-Environment (TOE)-Based Assessment of Business Growth and Competitiveness. *Recent Research Reviews Journal*, 4(1), 50–71.
<https://doi.org/10.36548/rrrj.2025.1.004>
- Muharam, H., Fitriyani, S., Marthalia, L., & Simanjuntak, V. C. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan: JURANTAS*, 2(3), 192–199.
<https://journal.lap4bangsa.org/index.php/jurantas>
- Muharam, H., Gursida, H., Susilowati, I. H., Widiyanti, W., Alawiah, E. T., Widasiwi, H., & Studi, P. (2023). Pendampingan Digital Marketing, Media Sosial dan Modal Usaha terhadap Forum UMKM Tajur Halang Kabupaten Bogor. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 43–52.
<http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/abdi-ekbis>
- Perdana, D., Choifin, M., Ngibad, K., Rivaldo, M. A., Basyori, I., & Hakim, L. (2020). INCREASING PRODUCTION CAPACITY IN CRACKER SMEs USING TECHNOLOGY. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 4(2), 333–345.
- Ramly R, Alamsjah A, Jumliana M, Ramdhani A, Syafiqah N. (2025). Desain Produk dan Infiltrasi Teknologi untuk Meningkatkan Penjualan Gula Merah pada Industri Rumah Tangga. *J Pengabd Kpd Masy Nusant*. 6(4):5140–7.
- Ramziqi, A. S., Wahyudi, D. J., Fauzianti, M. K., Septiana, M. P., Saputra, F. M., & Systia, D. L. (2025). Penerapan Mesin Pemotong Keripik Pisang Guna untuk Meningkatkan Hasil Produksi UMKM Keripik Pisang Cahaya Fajar di



- Kecamatan Blimbing Kota Malang. *I-Com : Indonesian Community Journal*, 5(3), 1539–1549.
- Saragih, L. S., Putriku, A. E., Sari, S. D., Laia, Y. N., & Syahputra, Y. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63–72. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>
- Simbolon, S., Aranda, I., Purnomo, H. M., Gulo, E. C. K., & Yunus, M. (2025). Penerapan Teknologi Tepat Guna Untuk Meningkatkan Produktifitas Umkm Di Desa Kampung Keripik Sengkol Silviana. *Jubaedah: Jurnal Pengabdian Dan Edukasi Sekolah*, 5(3), 783–789.
- Sitepu, R. (2025). DIGITAL Marketing Adoption By Msmes In Indonesia: Between Technological Awareness And Resource Limitations. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration(IJEBAS Journal)*, 2(2), 1050–1055. <https://doi.org/10.54443/ijebas.v5i2.2914>
- Sulistiawan, A., Anshori, M., & Irnawati, D. (2025). Peningkatan Omset Industri Keripik Pisang Cantik Manis Melalui Otomatisasi Mesin Produksi Dan Peningkatan Manajemen Pemasaran. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 240–250.
- Sutadji, E., Bagus Nur Rahma Putra, A., Sahly Subandi, M., Tze Kiong, T., & Kegiatan, A. (2024). Inovasi Mesin Kue Semprong Oval Automatic Spray-Bake Dalam Meningkatkan Produksi Produk Olahan Hasil Panen Wilayah Pada UMKM di Desa Wonorejo. *Hapemas*, 4(1), 59–61.
- Taroreh, S. R. A., Takaliuang, N., Wenno, M. L., Maasi, W. M., Manado, M., Raya, P., Manado, U., Pembangunan, U., & Manado, I. (2026). Transformasi Digital pada UMKM di Pasar Berkembang : Tinjauan Literatur Sistematis Tentang Adopsi Teknologi dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Lentera: Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Halaman*, 7(2), 174–187.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Wahyuni, M., Fatowil, N., Kusuma, S. Y., & Makom, Maharani, R. (2022). Peningkatan Value Product Dengan Penerapan Teknologi Mesin Perajang (Chip Slicer), Inovasi Desain Kemasan, E- Marketing dan Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produk pada UMKM Keripik “Zilfi” Desa Sumogawe Kabupaten Semarang Tahun 2022. *Jurnal Dianmas*, 11(2), 93–100.
- Wibowo, A., Lestaro, E., & Sugihardjo, S. (2023). Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret. *Seminar Nasional Pengabdian Dan CSR Ke-3 Fakultas Pertanian Universitas*, 36–45.
- Yelfiarita, Y., Darwanto, D. H., Waluyati, L. R., & Masyuhuri, M. (2025). Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 10(2), 190–214.

