

## **PENTINGNYA KREATIVITAS, INOVASI DAN PEMASARAN HASIL PANEN NANAS DI DESA TANJUNG LALANG OGAN ILIR SUMATERA SELATAN**

**Anggreany Hustia<sup>1\*</sup>, Nadia Afrilliana<sup>1</sup>, Dita Adawiyah<sup>1</sup>, Adi Arifai<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang,  
Jl. Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu, Palembang 30263, Indonesia  
Email: [\\*reanyhustia1012@gmail.com](mailto:reanyhustia1012@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Fenomena kehidupan petani yang sering kali terjadi adalah usaha dan kerja keras serta biaya yang dikeluarkan petani tidak sesuai harapan saat hasil panen dipasarkan. Petani sering sekali mengalami kondisi dimana hasil panen yang dijual ini dianggap merugikan yang penyebabnya adalah anjloknya harga saat panen. Kondisi ini juga terjadi di desa Tanjung Lalang Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Di desa ini 90% pekerjaan adalah petani nanas, namun sering kali terjadi bahwa nanas yang dipanen tidak dapat memberikan keuntungan bagi petani. Bahkan nanas yang sudah layak panen terkadang dibiarkan membusuk di kebunnya, atau sering juga hasil panen nanas dibuang begitu saja saat panen tiba. Kejadian ini membuat kami melakukan penyuluhan kepada 30 orang petani nanas dengan tatap muka dan ceramah berkaitan dengan pentingnya kreativitas, inovasi dan pemasaran produk nanas sebagai salah satu solusi permasalahan petani. Hasil dari pengabdian petani menerima positif dan termotivasi menghindari kerugian hasil panen. Masyarakat mulai mengubah pola pikir yang selama ini hanya menjual nanas utuh sekarang berkeinginan membuat berbagai produk dari nanas.

Kata Kunci: Inovasi; Kreatifitas; Pemasaran; Wirausaha

### **Pendahuluan**

Belakangan banyak sekali permasalahan dalam yang berkaitan dengan hasil panen petani. Banyak yang berita bermunculan bahwa hasil panen dibuang begitu saja akibat dari anjloknya harga pada saat masa panen tiba. Anjloknya harga hasil panen ini tentunya menimbulkan kerugian bagi petani, karena tidak sesuai dengan usaha, kerja keras dan biaya yang telah dikeluarkan saat akan bertani. Usaha dan kerja keras ini berupa tenaga atas kegiatan mulai dari menanam tanaman sampai saat panen, sedangkan biaya yang telah dikeluarkan dalam bertani adalah pengeluaran yang dilakukan mulai pembelian bibit sampai pada biaya pemanenan dan penjualan. Ada banyak berita baik di media massa televisi, koran, majalah maupun internet yang memberitakan masalah petani ini. Seperti yang terjadi pada tahun 2020 di Wilayah Sumatera Selatan, Kabupaten Pagaralam dengan hasil panen tomat (Pradipta, 2020) dan di tahun 2021 di Wilayah Aceh Kabupaten Bener Meriah dengan hasil panen tomatnya (Saputri, 2021), kemudian diberitakan lima kota membuang hasil panennya ke sungai ada yang membuang buah naga, cabai, tomat, semangka dan blewah serta

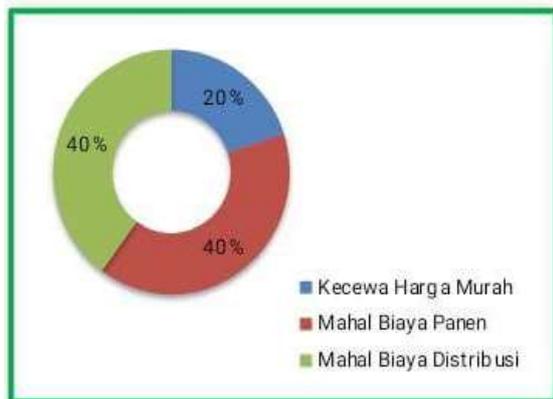
sayur (Fitria, 2021). Beberapa berita ini hanya menggambarkan kondisi beberapa kota saja yang viral akibat media massa, artinya masih banyak petani di daerah lain juga yang mengalami hal yang sama yaitu banyak sekali petani yang rela membuang hasil panennya daripada menjualnya dengan harga yang murah. Salah satu yang tidak terberitakan adalah petani nanas yang ada di Desa Tanjung Lalang Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Desa ini juga sering membuang hasil panennya saat panen tiba.

Desa Tanjung Lalang salah satu desa yang ada di Sumatera Selatan yang 90% warganya bekerja sebagai petani nanas, dan 10% lainnya ada yang bekerja sebagai pedagang, pekerja swasta dan Aparatur Sipil Negara (Gambar 1). Warga yang dominan petani ini dalam setahunnya melakukan pemanenan berkisar 3-4 kali pemanenan. Hasil panen nanas ini didistribusikan ke Jakarta dan Sumatera Selatan. Dan dalam pemanenan tersebut ada beberapa waktu dimana nanas ketika panen harganya sangat anjlok. Ketika hal ini terjadi petani rela membuang nanas, total yang dibuang ini bahkan terhitung mencapai berat ber-ton nanas.



**Gambar 1.** Pekerjaan Warga Desa Tanjung Lalang

Saat penyuluhan dilaksanakan terlebih dahulu ditanyakan alasan pembuangan hasil panen nanas ini. Dan dari hasil survey pada peserta pengabdian hasilnya terdapat beberapa alasan pembuangan panen nanas ini. Pertama, ada yang mengatakan kecewa harga murah sebanyak 20%. Kedua, ada yang mengatakan biaya pemanenan lebih besar dari pada hasil penjualan. Ketiga sebanyak 40%, ada juga yang mengatakan ongkos transportasi untuk mendistribusikan nanas ini lebih mahal dari yang pendapatan sebanyak 40%. Berbagai alasan inilah yang mengakibatkan para petani berpendapat lebih baik membuang atau membiarkan saja di kebun daripada dipanen (Gambar 2).



**Gambar 2.** Alasan Pembuangan Panen Nanas

Informasi mengenai pembuangan nanas ini berawal dari mahasiswa yang mengikuti mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis yang ditugaskan membuat proposal bisnis dengan memanfaatkan fenomena yang terjadi di lingkungan masing-masing. Ketika salah satu mahasiswa menceritakan kondisi di daerahnya bahwa di daerahnya yang 90% adalah berpendapatan dari bertani nanas, seringkali disaat panen tiba permasalahan anjloknya harga nanas membuat

para petani nanas membuang hasil panennya seperti yang dibahas diatas. Melihat kondisi ini maka kami berinisiatif mengadakan penyuluhan di daerah tersebut untuk sedikit memberikan pemecahan atas masalah yang terjadi. Hal ini kami lakukan mengingat bahwa tugas seorang dosen adalah tidak hanya mengajar namun juga dapat turut serta mengembangkan masyarakat melalui pengabdian kepada masyarakat yang merupakan salah satu isi tri dharma perguruan tinggi yang diatur dalam perundang-undangan Perguruan Tinggi (UU RI No.12, 2012).

Penyuluhan yang kami lakukan adalah memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi dengan mengajak para petani berkeaktifitas dan berinovasi atas hasil panennya. Nanas yang selama ini hanya dijual nanas utuh maka kami tunjukkan beberapa contoh produk yang dapat diolah berbahan nanas. Seperti selai nanas, keripik nanas, bolu nanas, manisan nanas dan lain sebagainya. Terlebih lagi memang kebiasaan ibu-ibu di wilayah pengabdian ini rutin membuat selai nanas untuk konsumsi keluarga. Sehingga selai nanas inilah yang akan dijadikan produk pertama dari nanas yang dibuat oleh warga. Selain itu juga kami memberikan gambaran bagaimana cara memasarkan produk yang baik atas kreativitas dan inovasi nanas tersebut agar dapat laku dipasarkan.

Pengabdian sejenis telah dilakukan oleh beberapa tim pengabdian terdahulu yang terlihat dari beberapa artikel yang telah diterbitkan di beberapa jurnal pengabdian, beberapa diantaranya oleh (Palimbong et al., 2019) melalui pelatihan dan pendampingan berinovasi atas olahan umbi singkong; (Mawar & Sosiawati, 2019) melalui pemberdayaan dalam olahan makanan berbahan baku pisang dan ikan; (Saefullah et al., 2021) melalui kegiatan kemitraan bertema inovasi, pengembangan UMKM, media pemasaran dan alat produksi emping melinjo; (Dewi et al., 2019) melalui pelatihan inovasi dan peningkatan nilai jual produk hasil UMKM; (Rakhmawati, 2021) melalui Strategi Pemasaran atas Produk komoditas Unggulan; (Kumala et al., 2019) melalui pelatihan pemasaran produk telo ungu. Hasil dari kegiatan yang kami lakukan ini terlihat jelas bahwa warga atau petani di wilayah ini sangat senang sekali dengan adanya kegiatan ini dan mereka termotivasi, bersemangat dan antusias atas solusi yang diberikan. Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini kami sedang mendiskusikan kembali untuk melaksanakan

pengabdian lanjutan agar produk yang diciptakan dari nanas ini dapat dijual dipasaran.

**Metode Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian yang kami lakukan ini bertemakan “Pentingnya Kreativitas, Inovasi Dan Pemasaran Hasil Panen Nanas di Desa Tanjung Lalang Ogan Ilir Sumatera Selatan”. Dimana dalam pelaksanaannya kami memberikan penyuluhan dengan menjelaskan gambaran bahwa berkreatifitas dan berinovasi atas suatu produk ini sangatlah penting, dan jika telah direalisasikan faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana cara memasarkan produk tersebut. Melalui pemasaran inilah maka produk dapat dijual dipasaran. Beberapa proses kegiatan yang dilaksanakan sebelum terlaksananya kegiatan pengabdian ini terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Tahap Pelaksanaan PKM

**Tahap 1.** Tahap penemuan fenomena, fenomena awal kami dapatkan dari informasi mahasiswa yang merupakan warga desa mitra pengabdian

**Tahap 2.** Perencanaan PKM dan Penentuan Tema, pada tahap ini kami mendiskusikan rencana tanggal pelaksanaan pengabdian dan penentuan tema yang sesuai untuk menjadi solusi dari terjadinya fenomena.

**Tahap 3.** Survey Pra Pengabdian, Tahap ini tim pengabdian mengadakan survey tempat pengabdian kepada masyarakat, meminta izin pelaksanaan pengabdian, serta mengecek langsung kondisi perkebunan warga. (Gambar 4)



**Gambar 4.** Survey Ke Perkebunan Warga

**Tahap 4. Pelaksanaan PKM,** tahap terlaksananya pengabdian, dalam pelaksanaannya tim menggunakan metode penyuluhan melalui Ceramah dan contoh kreativitas dan inovasi

**Tahap 5. Tahap Keberlanjutan,** merupakan tahapan diskusi berkelanjutan antara tim pengabdian dengan warga.

**Hasil dan Pembahasan**

**Pelaksanaan PKM**

Pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 05 Oktober 2021 dari pukul 10.30 sampai dengan 14.00 WIB.

Tempat pelaksanaan pengabdian di rumah Bapak Mahari yang bertempat di Desa Tanjung Lalang Kecamatan Payaraman Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah petani nanas yang berjumlah 30 orang (Gambar 5).



**Gambar 5.** Tim dan Mitra Peserta PKM

Kemudian jadwal pelaksanaan kegiatan yang telah terlaksana dapat dilihat di tabel 1 yaitu tabel *rundown* atau jadwal pelaksanaan pengabdian. Dimana kegiatan ini terdiri dari 3 sesi berisi penjelasan materi penyuluhan dan tour atau melihat perkebunan nanas secara langsung,

guna menggali informasi untuk keberlanjutan pengabdian di Desa Tanjung Lalang.

**Tabel 1.** Jadwal Pelaksanaan Pengabdian

Waktu	Kegiatan
10.30-12.00	Sesi 1: Materi kreativitas dan inovasi produk
12.00-12.30	ISHOMA
12.30-13.30	Sesi 2: Materi Pemasaran dan diskusi
13.30-14.00	Sesi 3: Ke lokasi Kebun Nanas

Dalam pelaksanaannya kami memberikan penyuluhan dengan cara menjelaskan mengenai materi sesuai tema pengabdian. Materi yang disampaikan pada sesi pertama dalam pengabdian ini adalah menjelaskan definisi dari kreativitas inovasi, ciri-ciri pemikiran kreatif sifat-sifat pemikir kreatif, pemikir kreatif dapat menjadi wirausaha, menjelaskan cara meningkatkan kemampuan melakukan inovasi, menjelaskan cara menjadikan kreativitas dan inovasi sebagai bisnis atau usaha melalui penjelasan proses studi kelayakan bisnis. Materi yang disampaikan berasal dari buku kewirausahaan dan studi kelayakan bisnis (Kasmir & Jakfar, 2016).



**Gambar 6.** Penjelasan Materi

Pada sesi kedua dijelaskan hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran dalam buku (Kotler & Keller, 2016) jenis pemasaran, cara pemasaran, menjelaskan konsep 4P bauran pemasaran yaitu *product, price, promotion, dan Place*. Pada sesi ini dibuka diskusi dan tanya jawab dari warga kepada tim pengabdian. Dari diskusi dan beberapa pertanyaan yang diajukan, sangat terlihat bahwa para petani sangat antusias mengikuti penyuluhan ini, termotivasi untuk mengubah nanas menjadi sebuah produk yang dapat menghasilkan dan menambah pendapatan warga.



**Gambar 7.** Diskusi dan Tanya Jawab

Sesi ketiga dalam pelatihan ini melihat langsung ke perkebunan nanas milik warga. Untuk sesi ketiga ini warga memberikan beberapa informasi terkait perkebunan, kapan mulai pemanenan, satu hektar bisa menghasilkan berapa banyak nanas dan berapa kali pemanenan dalam satu tahun. Informasi ini kami akan gunakan sebagai gambaran keberlanjutan pengabdian kepada warga desa.



**Gambar 8.** Tour ke Perkebunan Nanas Warga

### Monitoring, Evaluasi dan Hambatan

Bentuk monitoring dan evaluasi keberhasilan pengabdian ini Saat pelaksanaan pengabdian dilaksanakan, tim pengabdian mengadakan pendataan beberapa produk olahan nanas yang biasa diproduksi oleh warga (Gambar 9). Hal ini sekaligus melihat tanggapan dan respon warga dalam berkreatifitas dan berinovasi. Dari jawaban warga beberapa produk olahan nanas yang biasa adalah selai nanas, bolu nanas, nastar, dan manisan nanas. Dari keempat produk ini yang memang selalu ada setiap saat adalah selai nanas.

Dan hasil monitoring ini maka tim pengabdian mendukung warga untuk membuat produksi selai nanas yang dapat dipasarkan. Sebagai produk awal dari inovasi atas hasil panen yang dapat dijadikan sebagai solusi dari

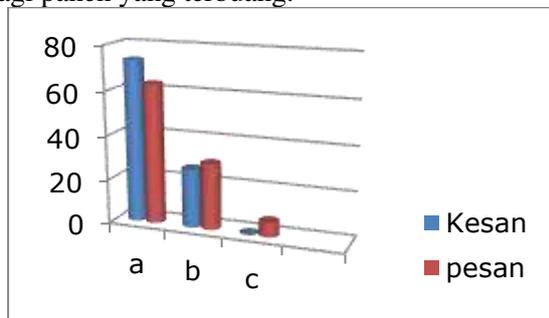
terbuangnya hasil panen nanas serta sumber tambahan pendapatan bagi warga.



**Gambar 9.** Pendataan Produk Olahan Nanas Yang Biasa Diolah

Selain itu evaluasi keberhasilan pengabdian dapat dilihat dari survey akhir kepada peserta pengabdian dengan menanyakan kesan dan pesan atas pengabdian yang terlaksana. Kesan ini dilakukan dengan meminta masyarakat memilih apakah pengabdian sangat bermanfaat, bermanfaat, dan tidak bermanfaat. Sedangkan pesan berisikan pertanyaan sangat perlu kegiatan lanjutan, perlu kegiatan lanjutan, tidak perlu kegiatan lanjutan. Dari hasil survey atas kesan didapat bahwa (a) 73% mengatakan sangat bermanfaat, (b) 27% mengatakan bermanfaat dan (c) 0% untuk pernyataan tidak bermanfaat. Sedangkan untuk pesan (a) 63% menyatakan sangat perlu adanya pengabdian lanjutan, (b) 30% menyatakan perlu adanya pengabdian lanjutan dan (c) 7% menyatakan tidak perlu adanya pengabdian lanjutan (Gambar 10).

Berdasarkan hasil survey akhir dari pengabdian ini, mendorong tim pengabdian untuk mengadakan pengabdian yang berkelanjutan. Sehingga kedepannya hasil panen nanas benar-benar dapat dimanfaatkan semua dan tidak ada lagi panen yang terbuang.



**Gambar 10.** Grafik Survey Kesan dan pesan atas Pengabdian Kepada Masyarakat

### Hambatan Dan Tindakan Keberlanjutan

Pengabdian ini menunjukkan gambaran bahwa warga sangat tertarik dan semangat untuk

membuat olahan dari nanas yaitu selai nanas. Namun terdapat beberapa hambatan yang muncul dalam menciptakan produk ini, salah satunya bagaimana cara manajemen pelaksanaan kerja, modal kegiatan, proses awal pemasaran dan membuat bagaimana produk laku dipasaran.

Sebagai penyelesaian hambatan yang terjadi ini maka kami akan melakukan kegiatan lanjutan di desa tanjung lalang ini. Selain itu memang didukung dari hasil survey akhir pengabdian yang banyak peserta mengatakan butuh pengabdian lanjutan. Kami sedang menyiapkan beberapa perencanaan termasuk pembuatan kemasan dan *desain* kemasan yang menarik agar produk yang akan dipasarkan warga ini dapat terjual dipasaran. Sehingga kegiatan ini benar-benar berdampak pada masyarakat, dan mengubah kebiasaan membuang hasil panen jika harga anjlok di pasaran.

### Kesimpulan

Pelaksanaan pengabdian ini Alhamdulillah berjalan dengan baik dan lancar. Melalui pengabdian ini masyarakat mendapat wawasan baru, termotivasi dan antusias untuk berfikir kreatif dan inovatif. Sebagai hasil keberhasilan pengabdian kepada masyarakat ini peserta tertarik untuk memproduksi selai nanas untuk dipasarkan sehingga meminimalisir kerugian akibat anjloknya harga saat tiba masa panen. Tim pengabdian sedang menyiapkan kegiatan lanjutan terkait dengan pengaplikasian memasarkan produk selai nanas baik dari tampilan atau desain kemasan, penggunaan wadah produk sampai cara memasarkan dan tempat pemasaran produk. Kelemahan dalam pengabdian kali ini adalah waktu yang terbatas dan jarak yang jauh antara tim pengabdian dan mitra pengabdian sehingga perkembangan hanya dapat berbagi informasi secara online.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada warga desa Tanjung Lalang yang bersedia menyediakan waktunya dan tempat sehingga pengabdian kepada masyarakat yang wajib dilakukan seorang dosen terlaksana dengan baik.

### Daftar Pustaka

Dewi, S. R., Agustin, M., & Nurcahyo, F. A. (2019). Inovasi Dan Peningkatan Nilai Jual Produk Hasil UMKM Melalui Pelatihan Pembuatan Bolu Kukus Berkarakter.

- Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).  
<https://doi.org/10.30656/ka.v1i1.1003>
- Fitria, R. (2021, February 7). Harga Anjlok! 5 Petani Ini Buang Sayuran hingga Buah Naga ke Sungai. <https://Food.Detik.Com>.
- Kasmir, & Jakfar. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana, Prenada Media Grup, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kumala, F. N., Hudha, M. N., & Aji, S. D. (2019). Pelatihan Pemasaran Produk Olahan Telo Ungu Di Desa Wonosari Kecamatan Wonosari Gunung Kawi Kabupaten Malang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).  
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v2i1.23533>
- Mawar, M., & Sosiawati, E. (2019). Pengolahan Aneka Makanan Bahan Baku Pisang Dan Ikan Di Kelurahan Tavanjuka. *Jurnal Abditani*, 2(1).  
<https://doi.org/10.31970/abditani.v1i0.15>
- Palimbong, S., Renyoet, B. S., Hulu, M., Nugraha, G. A., & Anggraeni, M. K. (2019). Pelatihan Dan Pendampingan Inovasi Olahan Umbi Singkong (Manihot. Spp) Bagi Pelaku UMKM Sektor Usaha Kaki Lima Di Salatiga. *Jurnal Abditani*, 2(2).  
<https://doi.org/10.31970/abditani.v2i0.31>
- Pradipta, B. (2020, August 9). Petani Pagaralam Sengaja Buang Hasil Panen di Jalan, karena Kecewa Harga Tomat Cuma Rp 300 per Kg. *Tribunnews.Com*.
- Rakhmawati, A. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Produk komoditas Unggulan bagi Masyarakat Desa Ngunggahan Wonogiri melalui Unggahan Media Sosial. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 1(1).  
<https://doi.org/10.31004/jh.v1i1.7>
- Saefullah, E., Putra, A. R., & Tabroni, T. (2021). Inovasi Dan Pengembangan Umkm Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).  
<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1111>
- Saputri, M. (2021, August 3). Harga Tomat di Bener Meriah Anjlok, Petani Buang Hasil Panen ke Pinggir Jalan. <https://Www.Ajnn.Net>.
- UU RI. (2012). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 TAHUN 2012 tentang Pendidikan Tinggi. *Ristekdikti.Go.Id*.