

PENINGKATAN NILAI TAMBAH UMKM KERIPIK SINGKONG MELALUI PENGUATAN HILIRISASI USAHA, *BRANDING* LOKAL, OPTIMALISASI PENGOLAHAN LIMBAH ORGANIK DI DESA CINDAI ALUS

ENHANCING VALUE-ADDED IN CASSAVA CHIPS MSMEs THROUGH BUSINESS DOWNSTREAMING DEVELOPMENT, LOCAL BRANDING, AND ORGANIC WASTE PROCESSING OPTIMIZATION IN CINDAI ALUS VILLAGE

Bayu Wicaksana^{1*}, Afriza², Muhammad Rizal³, Titis Diah Maharani⁴, Rizka Fitri Rahmadhani⁵,
Abdullah⁶, Muhammad Ihsan⁷, Jumrah⁸, Ade Yunike Octaviani⁹, Risty Armayanti¹⁰,
Misbahul Abidin¹¹, Muhammad Ihsan¹², Nadia Nurliana¹³

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13}Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat,
Jl. Ahmad Yani KM 36, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan, 70714. Indonesia

*Email Korespondensi bayuwicak@ulm.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) keripik singkong di Desa Cindai Alus Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar memiliki potensi ekonomi yang signifikan, namun pengembangannya masih menghadapi permasalahan berupa rendahnya nilai tambah produk, keterbatasan hilirisasi usaha, lemahnya *branding* lokal, serta belum optimalnya pengelolaan limbah organik. Kegiatan Bina Desa ULM Berdampak bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah UMKM keripik singkong melalui penguatan hilirisasi usaha, pengembangan *branding* lokal, serta optimalisasi pengolahan limbah organik. Metode pelaksanaan kegiatan Bina Desa ULM Berdampak meliputi Identifikasi Masalah dan Survei Lapangan, Sosialisasi Program Kegiatan, Pelatihan dan Pendampingan dan Evaluasi Kegiatan. Kegiatan Bina Desa ULM Berdampak telah berhasil dilaksanakan kepada 36 orang yang terdiri dari pemerintah desa, kader PKK, pelaku UMKM keripik singkong, mahasiswa pelaksanaan Bina Desa dan dosen pembimbing lapangan. Pelatihan hilirisasi usaha diikuti oleh 10 pelaku UMKM keripik singkong dan didampingi oleh mahasiswa. Berdasarkan hasil pelatihan dan pendampingan telah dihasilkan sebanyak 5 logo UMKM keripik singkong sebagai *branding* produk hilirisasi, 5 desain *banner* sebagai media promosi dan 5 desain kemasan yang telah digunakan oleh UMKM. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan *branding* memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM. Sebanyak 90% peserta menyatakan memahami pentingnya identitas merek dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan 80% peserta mulai menerapkan kemasan baru pada produk yang dipasarkan. Selanjutnya telah dilaksanakan pelatihan pengolahan limbah kulit singkong sisa produksi menjadi pupuk kompos dan POC. Pelatihan ini memberikan manfaat langsung dalam pengelolaan limbah rumah tangga yang sebelumnya belum dikelola secara optimal. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan limbah organik sebagai bagian dari hilirisasi usaha yang berkelanjutan. Peningkatan pengetahuan ini menjadi modal penting dalam mendorong penerapan prinsip *zero waste* pada usaha pengolahan keripik singkong.

Kata kunci: *Branding*, hilirisasi, keripik singkong, limbah organik, nilai tambah, UMKM.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing cassava chips in Cindai Alus Village, Martapura District, Banjar Regency have significant economic potential, but their development still faces challenges such as low product added value, limited downstreaming, weak local branding, and suboptimal organic waste management. The ULM Berdampak Village Development program aims to increase the added value of MSMEs producing cassava chips by strengthening downstreaming, developing local branding, and optimizing organic waste processing. The implementation methods of the ULM Berdampak Village Development activity include problem identification and field surveys, socialization of activity programs, training and mentoring and activity evaluation. The ULM Berdampak Village Development activity has been successfully implemented to 36 (thirty six) people consisting of village government, PKK cadres, MSMEs of cassava chips, students implementing Village Development and field supervisors. The business downstreaming training was attended by 10 (ten) MSMEs of cassava chips and accompanied by students. Based on the training and mentoring, 5 (five) logos for cassava chip MSMEs were produced as branding for downstream products, 5 (five) banner designs for promotional media, and five (five) packaging designs, all of which have been used by the MSMEs. Evaluation

results indicate that the branding mentoring activities have had a positive impact on improving the knowledge and skills of MSMEs. Ninety percent (90%) of participants stated they understand the importance of brand identity in increasing consumer trust, while eighty percent (80%) have begun implementing new packaging for their marketed products. Furthermore, training was conducted on processing cassava peel waste into compost and liquid organic fertilizer (POC). This training provided direct benefits in managing household waste that had previously been under-managed. Evaluation results indicate that the training successfully increased community understanding of the importance of organic waste management as part of sustainable downstream business processes. This increased knowledge is crucial for encouraging the implementation of zero-waste principles in cassava chip processing businesses.

Keywords: Branding, downstreaming, cassava chips, organic waste, added value, MSMEs.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama pembangunan ekonomi nasional karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi kerakyatan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat (Kemenkop UMKM, 2022). Data dari Kemenkop UMKM menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Pada wilayah pedesaan, UMKM memiliki fungsi strategis sebagai penggerak pemanfaatan potensi lokal sekaligus sarana pemberdayaan ekonomi berbasis sumber daya setempat. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM menjadi agenda penting dalam berbagai program pembangunan dan pengabdian kepada masyarakat.

Salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi lokal cukup besar adalah Desa Cindai Alus Kecamatan Martapura Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Desa ini memiliki ketersediaan bahan baku pertanian yang melimpah, terutama singkong, yang telah dimanfaatkan masyarakat sebagai bahan baku berbagai produk pangan olahan. Singkong merupakan komoditas strategis yang memiliki nilai ekonomi tinggi karena mudah dibudidayakan, tersedia sepanjang tahun, serta dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti keripik, tepung mocaf, tape, dan makanan ringan lainnya. Pengembangan agroindustri berbasis singkong dinilai mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga pedesaan sekaligus mendukung diversifikasi pangan lokal (Ariani et al., 2023).

Program Bina Desa ULM Berdampak merupakan implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi pada bidang pengabdian kepada masyarakat dengan menempatkan mahasiswa sebagai pendamping pembangunan desa. Program ini bertujuan mendorong optimalisasi potensi desa serta membantu masyarakat dalam mengatasi permasalahan ekonomi dan lingkungan secara berkelanjutan. Desa Cindai Alus dipilih sebagai lokasi mitra karena memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup berkembang, khususnya pada sektor UMKM yang bergerak pada usaha pengolahan keripik singkong sebagai produk unggulan lokal desa.

Secara sosial ekonomi, masyarakat Desa Cindai Alus memiliki mata pencaharian yang beragam, meliputi sektor pertanian, perdagangan, peternakan, dan UMKM. Keberadaan fasilitas umum serta potensi wisata Danau Cindai Alus memberikan peluang bagi pengembangan aktivitas ekonomi lokal. Salah satu potensi yang berkembang adalah UMKM keripik singkong aneka rasa yang memanfaatkan ketersediaan bahan baku lokal. Menurut Sari dan Wijaya (2021), Produk olahan

singkong memiliki prospek pasar yang baik karena mudah diproduksi, memiliki daya simpan relatif lama, serta memiliki permintaan pasar yang stabil.

Namun, hasil observasi menunjukkan pengelolaan UMKM keripik singkong masih menghadapi sejumlah keterbatasan. Pelaku usaha menjalankan produksi dan pemasaran secara individual tanpa kelembagaan atau kerja sama kolektif sehingga skala produksi terbatas, posisi tawar lemah, dan jangkauan pemasaran sempit. Selain itu, aspek kemasan produk masih sederhana dan belum memenuhi standar pemasaran modern, seperti informasi label, desain visual dan identitas merek sehingga belum mampu memberikan nilai tambah secara optimal (Qordhowi et al, 2025).

Permasalahan lain adalah rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap manajemen usaha dan strategi pemasaran. Pemasaran saat ini masih bersifat konvensional sehingga produk sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah memiliki diferensiasi, inovasi kemasan, dan promosi yang lebih terarah. Keterbatasan kapasitas dalam pengelolaan *branding* dan pemasaran menjadi faktor penghambat peningkatan daya saing serta nilai tambah produk, sebagaimana dinyatakan pada kajian sebelumnya mengenai pentingnya inovasi produk, kemasan, dan strategi pemasaran bagi UMKM olahan singkong. Di sisi lain, limbah organik hasil pengolahan singkong belum dikelola secara produktif sehingga berpotensi menimbulkan masalah lingkungan apabila tidak ditangani dengan baik.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya lokal yang dimiliki Desa Cindai Alus dengan kondisi aktual pengembangan usaha yang masih menghadapi berbagai keterbatasan. Ketersediaan bahan baku yang melimpah dan tingginya peluang pasar produk pangan lokal belum diikuti oleh penguatan aspek hilirisasi usaha, pengembangan merek (*branding*), pemasaran digital, maupun pengelolaan limbah yang berkelanjutan. Akibatnya, nilai tambah ekonomi yang diperoleh pelaku UMKM masih relatif rendah dan belum mampu mengoptimalkan potensi usaha yang dimiliki.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa hilirisasi produk pangan lokal mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing UMKM melalui diversifikasi produk, peningkatan kualitas kemasan, dan penguatan identitas merek (Rahman et al., 2024). Selain itu, penerapan strategi digital marketing terbukti dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan mendorong pertumbuhan penjualan UMKM secara signifikan (Putri & Nugroho, 2024). Di sisi lain, pengolahan limbah organik menjadi produk yang bernilai ekonomis, seperti kompos, merupakan pendekatan yang mendukung konsep ekonomi sirkular sekaligus meningkatkan keberlanjutan usaha agroindustri skala kecil (Prasetyo et al., 2023).

Berdasarkan kondisi permasalahan UMKM di Desa Cindai Alus tersebut, Universitas Lambung Mangkurat melalui Program Bina Desa ULM Berdampak melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan yang terintegrasi dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah UMKM keripik singkong melalui penguatan hilirisasi usaha, pengembangan *branding* lokal, optimalisasi pemasaran digital, serta pengolahan limbah organik. Program ini diharapkan tidak hanya

meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM, tetapi juga mendukung pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan November 2025 sampai dengan Januari 2026 di Desa Cindai Alus, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*), yaitu melibatkan secara aktif peserta pelatihan. Adapun jumlah peserta kegiatan Bina Desa ULM Berdampak ini berjumlah 36 orang yang terdiri dari pemerintah desa, kader PKK, pelaku UMKM keripik singkong, mahasiswa pelaksanaan Bina Desa dan Dosen Pembimbing Lapangan.

Metode Pelaksanaan Bina Desa

Langkah-langkah pengabdian masyarakat dalam rangka peningkatan nilai tambah pelaku UMKM keripik singkong sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah dan Survei Lapangan

Tahap awal dilakukan survei lapangan dan identifikasi permasalahan melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemerintah desa, kader PKK dan 10 pelaku UMKM keripik singkong. Adapun informasi data yang dihimpun meliputi proses produksi keripik singkong, sistem pemasaran, desain kemasan, pengelolaan usaha, serta pengolahan limbah produksi keripik singkong. Metode ini untuk menggali permasalahan dan identifikasi kebutuhan masyarakat (Dadtun et al., 2025).

2. Sosialisasi Program Kegiatan

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM keripik singkong tentang upaya peningkatan nilai tambah melalui hilirisasi usaha, *branding* lokal dan optimalisasi pengolahan limbah organik.

3. Pelatihan dan Pendampingan

Pada tahap ini, kelompok pelaku UMKM diberikan pelatihan dan pendampingan secara langsung oleh dosen pembimbing lapangan dan mahasiswa mengenai desain kemasan produk, *branding* produk melalui digital marketing, pelatihan pengolahan limbah organik, pelatihan sistem pemasaran dan pengelolaan usaha keripik singkong.

4. Evaluasi kegiatan

Pada tahap ini, kegiatan dilakukan untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan program pengabdian masyarakat melalui program Bina Desa ULM Berdampak. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan formulir survei kepada pelaku UMKM dan kader PKK. Tujuan pelaksanaan tahap ini adalah untuk mengukur apakah program dapat terlaksana atau tidak. Keberhasilan program diukur dari kemampuan mitra dalam menggunakan identitas usaha baru, memanfaatkan media pemasaran

digital, serta mengoperasikan komposter secara mandiri setelah kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Program Bina Desa ULM Berdampak berlangsung sejak bulan November 2025 sampai Januari 2026. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara bertahap oleh tim mahasiswa melalui beberapa kegiatan utama yang berfokus pada penguatan hilirisasi usaha, *branding* lokal dan optimalisasi pengolahan limbah organik di Desa Cindai Alus.

1. Identifikasi dan Survei Lapangan

Survei lapangan dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses produksi serta wawancara dengan pemerintah desa, kader PKK, dan pelaku UMKM keripik singkong. Hasil survei menunjukkan bahwa kegiatan produksi masih dilakukan dalam skala rumah tangga dengan peralatan sederhana dan kapasitas produksi yang relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha menjalankan kegiatan produksi dan pemasaran secara mandiri tanpa adanya kelembagaan usaha atau kerja sama kelompok yang kuat. Kondisi ini menyebabkan skala usaha sulit berkembang dan jangkauan pemasaran masih terbatas pada lingkungan sekitar desa serta pasar tradisional setempat. Selain itu permasalahan lain yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha adalah kemasan produk yang digunakan masih sederhana dan belum dilengkapi dengan identitas merek, desain visual yang menarik, maupun informasi produk yang sesuai standar pemasaran modern. Di sisi lain, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran masih sangat rendah sehingga produk belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain aspek usaha, kegiatan survei lapangan juga menggali kondisi lingkungan sekitar desa binaan. Berdasarkan dari identifikasi lapangan menunjukkan bahwa limbah organik berupa kulit singkong sisa proses produksi belum dikelola secara optimal. Sebagian besar limbah hanya dibuang atau dimanfaatkan secara terbatas sebagai pakan ternak, sehingga belum memberikan nilai ekonomi tambahan bagi masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya lokal yang tersedia dengan kemampuan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan yang terintegrasi untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui penguatan hilirisasi usaha, pengembangan *branding* produk, perluasan pemasaran, serta pemanfaatan limbah organik menjadi produk yang bernilai ekonomis dan ramah lingkungan (Gambar 1).



Gambar 1. Identifikasi dan survei lapangan target kegiatan pengabdian Bina Desa

2. Sosialisasi Program Bina Desa kepada Masyarakat dan Pelaku UMKM

Sosialisasi program kepada pemerintah desa, kader PKK, dan pelaku UMKM keripik singkong, kemudian dilanjutkan kunjungan ke lokasi UMKM untuk menggali lebih lanjut permasalahan yang dihadapi UMKM pengolahan keripik singkong di Desa Cindai Alus. Tim pengabdian masyarakat juga memperkenalkan program Bina Desa, melakukan pendataan usaha, serta diskusi interaktif dalam rangka pengembangan usaha.

Pendekatan personal tersebut efektif dalam membangun komunikasi dan memperoleh data awal yang lebih akurat. Selanjutnya dilakukan sosialisasi formal yang dipadukan dengan pengenalan konsep *branding* dan kemasan produk. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh pemahaman awal mengenai pentingnya identitas produk sebagai pembeda dan penunjang pemasaran (Gambar 2).



Gambar 2. Pelaksanaan sosialisasi program Bina Desa kepada masyarakat dan pelaku UMKM

3. Pelatihan Hilirisasi Usaha dan Pendampingan *Branding* UMKM

Salah satu program utama yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cindai Alus adalah pelatihan hilirisasi usaha dan pendampingan *branding* bagi pelaku UMKM keripik singkong. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh hasil identifikasi lapangan yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih berfokus pada penjualan produk dalam bentuk keripik singkong dengan kemasan sederhana dan nilai tambah yang relatif rendah (Gambar 3).



Gambar 3. Pelatihan hilirisasi usaha keripik singkong dan pendampingan *branding* UMKM

Hilirisasi usaha merupakan proses peningkatan nilai tambah suatu komoditas melalui pengolahan lebih lanjut, inovasi produk, perbaikan kualitas, serta penguatan aspek pemasaran sehingga mampu menghasilkan keuntungan ekonomi yang lebih tinggi (Rahman et al., 2024). Dalam konteks agroindustri singkong, hilirisasi dapat dilakukan melalui pengembangan produk olahan dengan variasi rasa, peningkatan kualitas kemasan, penerapan standar keamanan pangan, serta pemanfaatan teknologi pemasaran digital. Selain itu, penelitian Ariani et al. (2023) menunjukkan bahwa pengembangan produk berbasis singkong melalui inovasi kemasan dan diversifikasi produk dapat meningkatkan daya saing UMKM serta memperluas akses pasar hingga ke luar daerah.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM masih berorientasi pada produksi dan penjualan keripik singkong secara konvensional dengan kemasan sederhana sehingga nilai tambah yang dihasilkan relatif rendah. Kondisi tersebut menyebabkan produk sulit dibedakan dari produk sejenis yang beredar di pasar. Kemasan merupakan bagian penting karena berfungsi sebagai alat komunikasi nilai produk yang mampu meningkatkan persepsi kualitas, keamanan pangan, dan profesionalitas usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Rahman et al. (2024) menunjukkan bahwa desain kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen karena menjadi elemen pertama yang dilihat konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.

Pelatihan hilirisasi usaha diikuti oleh 10 pelaku UMKM keripik singkong dan didampingi oleh mahasiswa serta dosen pembimbing lapangan. Materi yang diberikan meliputi konsep hilirisasi produk agroindustri, strategi peningkatan nilai tambah produk, pengembangan varian rasa, pengemasan modern, serta pengenalan peluang pemasaran berbasis digital. Sebagai tindak lanjut dari pelatihan yang telah dilakukan, tim pengabdian masyarakat Bina Desa ULM melakukan pendampingan *branding* produk secara intensif (Gambar 4).

Branding merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM karena berfungsi sebagai identitas yang membedakan suatu produk dari produk pesaing. Menurut Kotler dan Keller (2016), merek tidak hanya berfungsi sebagai penanda produk, tetapi juga sebagai representasi kualitas, nilai, dan kepercayaan yang dirasakan konsumen. Sementara itu, penelitian Qordhowi et al. (2025) menyatakan bahwa penerapan *branding* yang baik mampu meningkatkan daya tarik produk hingga 40% dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil

pendampingan telah dihasilkan sebanyak 5 logo UMKM keripik singkong sebagai *branding* produk hilirisasi, 5 desain *banner* sebagai media promosi dan 5 desain kemasan yang telah digunakan oleh pelaku UMKM keripik singkong di Desa Cindai Alus.



Gambar 4. Pendampingan *branding* produk melalui desain logo, kemasan dan *banner* UMKM

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan *branding* memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM. Sebanyak 90% peserta menyatakan memahami pentingnya identitas merek dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan 80% peserta mulai menerapkan kemasan baru pada produk yang dipasarkan. Tingginya tingkat pemahaman tersebut menunjukkan bahwa proses transfer pengetahuan berhasil mendorong perubahan perilaku usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardi et al. (2024), bahwa inovasi kemasan dan branding mampu meningkatkan daya saing UMKM pangan sekaligus memperluas peluang penetrasi pasar modern. Sehingga harapannya setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat Bina Desa ULM, produk UMKM keripik singkong Desa Cindai Alus dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan berdampak pada peningkatan hasil penjualan.

4. Pelatihan Pengolahan Kulit Singkong Menjadi Kompos

Beberapa permasalahan umum pada UMKM keripik singkong adalah adanya limbah kulit dibuang begitu saja atau hanya digunakan sebagai pakan ternak serta kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pengolahan limbah bernilai ekonomi. Padahal dalam satu kali produksi, limbah kulit singkong bisa mencapai beberapa kilogram dan memiliki potensi ekonomi yang cukup besar.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian masyarakat merumuskan program berupa pelatihan pembuatan komposter. Komposter adalah alat atau sistem yang dirancang untuk mengolah limbah organik melalui proses biologis terkontrol dengan tujuan menghasilkan kompos yang stabil dan bermanfaat. Komposter sederhana dapat dibuat dengan memanfaatkan limbah kaleng cat bekas atau dengan menggunakan ember (Susilawati *et al.*, 2019). Manfaat lain metode komposter sederhana ini juga dapat menghasilkan dua jenis pupuk yakni pupuk padat (kompos) dan pupuk organik cair (POC). Hasil POC tersebut bisa dimanfaatkan langsung sebagai pupuk pada tanaman dengan cara menyiram pada tanah di sekitar tanaman (Hunaepi *et al.*, 2021). Kegiatan dilaksanakan melalui penyampaian

materi, demonstrasi, dan praktik langsung pengolahan limbah kulit singkong menjadi pupuk kompos (Gambar 5).



Gambar 2. Pelatihan pembuatan pupuk kompos menggunakan alat komposter

Pada sesi praktik, peserta melakukan proses pengolahan limbah kulit singkong dengan mencampurkan bahan organik, aktivator mikroorganisme, dan bahan pendukung lainnya ke dalam komposter. Proses ini bertujuan untuk mempercepat dekomposisi bahan organik sehingga menghasilkan kompos yang siap digunakan sebagai pupuk. Pelatihan ini memberikan manfaat langsung dalam pengelolaan limbah rumah tangga yang sebelumnya belum dikelola secara optimal. Keterbatasan kegiatan terletak pada waktu pemantauan hasil kompos yang relatif singkat serta partisipasi masyarakat yang belum merata. Meskipun demikian, komposter telah diterapkan dan diserahkan kepada pihak desa sebagai upaya keberlanjutan program.

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan limbah organik sebagai bagian dari hilirisasi usaha yang berkelanjutan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta menganggap limbah kulit singkong tidak memiliki nilai ekonomi. Namun setelah mengikuti kegiatan, peserta memahami bahwa limbah produksi dapat diolah menjadi pupuk organik yang bermanfaat untuk kegiatan pertanian maupun berpotensi menjadi produk tambahan yang dapat dipasarkan. Peningkatan pengetahuan ini menjadi modal penting dalam mendorong penerapan prinsip *zero waste* pada usaha pengolahan keripik singkong.

Pengolahan limbah kulit singkong menjadi kompos merupakan implementasi konsep ekonomi sirkular yang saat ini menjadi pendekatan utama dalam pembangunan agroindustri berkelanjutan. Menurut penelitian Marthalia (2023) Prinsip ekonomi sirkular menekankan bahwa limbah produksi harus dikembalikan ke dalam sistem produksi sebagai sumber daya baru sehingga mampu mengurangi kehilangan material dan meningkatkan efisiensi pemanfaatan sumber daya.

SIMPULAN

Pelaksanaan Program Bina Desa di Desa Cindai Alus menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan berbasis partisipatif mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM keripik singkong dalam rangka menciptakan nilai tambah melalui hilirisasi. Selain itu juga mampu meningkatkan

kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan limbah menjadi pupuk organik melalui pemanfaatan teknologi sederhana. Secara keseluruhan, pelaksana program pengabdian masyarakat melalui Program Bina Desa menghasilkan luaran berupa penerapan komposter, identitas visual produk, serta pemanfaatan media pemasaran digital yang disertai peningkatan pemahaman pelaku UMKM untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan. Dengan demikian, pendekatan pemberdayaan berbasis kebutuhan lokal dan pendampingan berkelanjutan sangat efektif diterapkan sebagai model penguatan UMKM. Hal ini tercermin dari hasil evaluasi yang menyatakan bahwa sebanyak 90% peserta menyatakan memahami pentingnya identitas merek dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan 80% peserta mulai menerapkan kemasan baru pada produk yang dipasarkan. Meskipun demikian, terdapat kendala dalam pelaksanaan program meliputi keterbatasan waktu pelaksanaan, komunikasi dengan pemerintah desa dan pelaku UMKM, serta keterbatasan SDM dalam mengelola pemasaran digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya kolaborasi dan pendampingan yang lebih intensif agar mencapai keberhasilan kegiatan pengabdian dikemudian hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada ULM yang telah memberikan wadah pengabdian kepada masyarakat melalui Program Bina Desa ULM Berdampak serta bantuan memfasilitasi kegiatan ini. Selain itu juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Cindai Alus, kader PKK dan pelaku UMKM keripik singkong atas partisipasi dengan penuh semangat sehingga acara ini dapat selesai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, M., Suryana, A., & Hermawan, R. 2023. Strengthening Local Food-Based Agroindustry for Rural Economic Development. *Journal of Rural Development*, vol. 42(2), 115–128.
- Ardi, A. N. A., Nadhirah, A., Saadillah, D., Kurniawati, D., dan Eka, F. 2024. Strengthening the competitiveness of presto milkfish through increasing entrepreneurial spirit and packaging innovation. *Jurnal Community Empowerment*, vol. 9(1), 10-17.
- Dadtun, Y. S., Daffa, M., Sari, N. A. E. N., Aulia, M. F., Raihana, A. R., Antari, C. D. V., dan Shadeqi, S. S. 2025. Pengendalian Hama Tikus Dan Wereng Melalui Program Kkn Uns 116 Untuk Meningkatkan Produktivitas Pertanian Di Desa Cucukan, Prambanan. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, vol. 2 (04 September), 7447-7456.
- Hunaepi, Samsuri T, Asy'ari M, Muhali, Fitriani H, Mirawati B, dan Sumarsono D. 2021. Pengolahan Sampah Organik Dengan Komposter Untuk Mewujudkan NTB Zero Waste. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 5 (2) 180–186.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2022. Perkembangan Data UMKM dan Kontribusinya Terhadap Perekonomian Nasional.

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2023. Kebijakan Hilirisasi Industri Agro Berbasis Komoditas Lokal.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
- Marthalia, L., Tumuyu, S.S., Asteria, D. 2023. Economy Circular Adoption toward Sustainable Business(Study case: Agro-industry Company in Indonesia). *Journal of Natural Resources and Environmental Management*, vol. 14(1), 58-65.
- Putri, N. A., & Nugroho, Y. 2024. The Impact of Branding and Packaging Innovation on MSME Competitiveness in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, vol. 11(2), 76–89.
- Prasetyo, B., Lestari, R., & Nugraha, A. 2023. Organic Waste Management and Circular Economy Practices in Small Agroindustries. *Environmental Challenges*, vol. 13, 100768.
- Qordhowi, A. F. Y. A., Judiono, J., & Sudarso, S. 2025. Meningkatkan daya saing UMKM melalui *branding* dan *packaging* kreatif di era New Normal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 6 (1), 68–75.
- Rahman, F., Hidayat, T., & Prakoso, D. 2024. Downstreaming Strategy and Value Addition of Local Food Products in Indonesian MSMEs. *International Journal of Business and Society*, vol. 25 (1), 44–58.
- Rahman, M. F. W., Safitri, A., Dhenabayu, R., Thahirrah, N. N., Pratama, T.Y. 2024. Improving Public Purchase Interest in MSMEs?: The Role of Packaging Design and Product Photos. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, vol. 11 (11), 263-274.
- Sari, D. P., & Wijaya, T. 2021. Pengembangan agroindustri berbasis singkong dalam meningkatkan nilai tambah produk lokal. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(2), 101–110.
- Susilawati, S., Tinarja, D. R., Novibriawan, F., Adilatussiam, D. K., Zein, N. A., Prastika, M. Y., Parwati, N., Ratnah, R., & Risnadewi, W. N. 2019. Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Menjadi Pupuk Organik Menggunakan Komposter di Lingkungan Desa Montong Baan Selatan, Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, vol. 1(2).