

## Pemberdayaan Masyarakat Melalui Hilirisasi Umbi Ganyong Menjadi Anyong Cookies di Desa Bumi Pajo

Nursani\*<sup>1</sup>, Khas Sukma Mulya<sup>2</sup>, Muhammad Akbar,<sup>3</sup> Rizky Ameliya,<sup>4</sup> Muhammad Rizkan,<sup>5</sup>  
Fajrin Hardinandar,<sup>6</sup> Syafruddin<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Muhammadiyah Bima

\*e-mail: [nursaniumbima154@gmail.com](mailto:nursaniumbima154@gmail.com)

### Abstract

*Bumi Pajo Village, Donggo Sub-district, Bima Regency, is the main producing area of canna (Canna edulis), locally known as kalo dana, yet most of the harvest is still sold as fresh tubers at low prices due to limited processing knowledge and business management skills. This community service program aimed to downstream canna tubers into a value-added food product, "Anyong Cookies," through the Integrated Local Agroindustry Empowerment Model (ILAEM). The program used a Participatory Action Research (PAR) approach comprising five stages: potential identification, product downstreaming, capacity building, business and digital marketing management, and sustainability development. Activities included flour-making training, cookies production, business feasibility analysis (HPP and BEP), brand and packaging development, and digital marketing assistance. Results showed substantial increases in participants' knowledge and skills, from an average of 8-32% before the program to 86-100% afterward, along with the establishment of a marketable product with its own brand and packaging. These findings indicate that integrating product innovation with entrepreneurship capacity building produces a more sustainable model for local food downstreaming and rural economic empowerment.*

**Keywords:** *Canna Edulis; Local Food Downstreaming; Community Empowerment; Agroindustry; Digital Marketing*

### Abstrak

*Abstrak Desa Bumi Pajo, Kecamatan Donggo, Kabupaten Bima merupakan sentra penghasil umbi ganyong (Canna edulis) atau kalo dana, namun sebagian besar hasil panen masih dijual dalam bentuk umbi segar dengan harga rendah akibat minimnya pengetahuan pengolahan dan manajemen usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan menghilirisasi umbi ganyong menjadi produk pangan bernilai tambah "Anyong Cookies" melalui penerapan Integrated Local Agroindustry Empowerment Model (ILAEM). Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) dengan lima tahapan, yaitu identifikasi potensi, hilirisasi produk, penguatan kapasitas, manajemen usaha dan pemasaran digital, serta pengembangan keberlanjutan. Hasil menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta secara signifikan, dari rata-rata 8-32% sebelum program menjadi 86-100% setelah program. Program ini menghasilkan produk siap pasar dengan identitas merek dan kemasan sendiri, serta menunjukkan bahwa integrasi inovasi produk dengan penguatan kapasitas kewirausahaan menghasilkan model hilirisasi pangan lokal yang lebih berkelanjutan bagi pemberdayaan ekonomi pedesaan.*

**Kata kunci:** *Ganyong; Hilirisasi Pangan Lokal; Pemberdayaan Masyarakat; Agroindustri; Pemasaran Digital*

## 1. PENDAHULUAN

Diversifikasi pangan lokal merupakan salah satu strategi penting dalam mewujudkan ketahanan pangan nasional sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Indonesia memiliki keragaman sumber pangan lokal yang melimpah, namun sebagian besar masih dimanfaatkan secara tradisional dan belum mengalami proses hilirisasi yang mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi. Akibatnya, banyak komoditas lokal dijual dalam bentuk bahan mentah dengan harga relatif rendah sehingga belum mampu memberikan kontribusi optimal terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan agroindustri berbasis sumber daya lokal masih menjadi tantangan dalam pembangunan ekonomi pedesaan.

Salah satu komoditas lokal yang memiliki potensi besar adalah umbi ganyong (*Canna edulis*). Tanaman ini dikenal sebagai sumber karbohidrat alternatif dengan kandungan pati yang tinggi, kaya serat pangan, mudah dibudidayakan, serta memiliki indeks glikemik yang relatif rendah dibandingkan beberapa sumber karbohidrat lainnya (Noriko & Pambudi, 2014). Berbagai penelitian melaporkan bahwa tepung ganyong berpotensi digunakan sebagai bahan baku berbagai produk pangan fungsional seperti mi, biskuit, cookies, dan berbagai produk *bakery* karena memiliki karakteristik fisik maupun kandungan nutrisi yang baik (Harmayani et al., 2012; Riskiani et al., 2014; Hasanah & Hasrini, 2018). Selain mendukung diversifikasi pangan, pemanfaatan ganyong juga berkontribusi terhadap pelestarian plasma nutfah pangan lokal Indonesia.

Kabupaten Bima merupakan salah satu daerah yang masih membudidayakan tanaman ganyong secara tradisional. Di wilayah Kabupaten Bima, Desa Bumi Pajo Kecamatan Donggo dikenal sebagai sentra utama penghasil ganyong atau yang oleh masyarakat setempat disebut *kalo dana*. Produksi ganyong di desa tersebut relatif melimpah, namun sebagian besar hasil panen masih dipasarkan dalam bentuk umbi segar dengan harga yang rendah. Rendahnya nilai tambah tersebut disebabkan oleh minimnya pengetahuan masyarakat mengenai teknologi pengolahan pangan, keterbatasan inovasi produk, belum berkembangnya usaha pengolahan hasil pertanian, serta rendahnya kemampuan pemasaran produk.

Di sisi lain, Kabupaten Bima masih menghadapi tantangan pembangunan ekonomi. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa tingkat kemiskinan Kabupaten Bima masih berada di atas rata-rata nasional (Badan Pusat Statistik, 2025) dan sebagian besar masyarakat menggantungkan pendapatan pada sektor pertanian. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan nilai tambah hasil pertanian melalui pengembangan agroindustri rumah tangga menjadi salah satu strategi yang potensial dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Pengembangan usaha berbasis komoditas lokal juga sejalan dengan arah kebijakan pembangunan nasional yang mendorong hilirisasi produk pertanian serta penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Nurhayati & Suryana, 2021).

Meskipun berbagai penelitian telah mengembangkan produk pangan berbahan dasar tepung ganyong, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek formulasi produk dan karakteristik fisik maupun kimia pangan. Sementara itu, kegiatan yang mengintegrasikan inovasi produk, peningkatan kapasitas masyarakat, penguatan manajemen usaha, dan pemasaran digital dalam satu model pemberdayaan masyarakat masih relatif terbatas. Padahal, keberhasilan hilirisasi pangan lokal tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha secara berkelanjutan, membangun jaringan pemasaran, serta meningkatkan daya saing produk di pasar.

Berdasarkan kondisi tersebut, Tim Pengabdian Universitas Muhammadiyah Bima melaksanakan program pemberdayaan masyarakat melalui hilirisasi umbi ganyong menjadi produk *Anyong Cookies* sebagai salah satu bentuk inovasi pangan lokal bernilai tambah. Program ini tidak hanya berorientasi pada pelatihan produksi, tetapi juga mengintegrasikan pendampingan manajemen usaha, penyusunan harga pokok produksi, analisis kelayakan usaha, pengembangan identitas merek, desain kemasan, serta pemasaran digital sehingga terbentuk model agroindustri rumahan yang berkelanjutan.

Kebaruan (*novelty*) dari kegiatan pengabdian ini terletak pada penerapan *Integrated Local Agroindustry Empowerment Model* (ILAEM), yaitu model pemberdayaan masyarakat yang mengintegrasikan lima tahapan utama, meliputi identifikasi potensi lokal, hilirisasi produk pangan, penguatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan manajemen bisnis dan pemasaran digital, serta pengembangan kemitraan berkelanjutan. Model ini diharapkan mampu menjadi pendekatan yang dapat direplikasi pada komoditas pangan lokal lainnya dalam rangka mendukung pengembangan ekonomi berbasis potensi desa.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah umbi ganyong menjadi produk

pangan bernilai tambah, meningkatkan kapasitas kewirausahaan masyarakat melalui pendampingan manajemen usaha dan pemasaran digital, serta menghasilkan model pemberdayaan masyarakat berbasis hilirisasi pangan lokal yang dapat mendukung pengembangan agroindustri rumahan secara berkelanjutan di Desa Bumi Pajo Kabupaten Bima.

## 2. METODE

### 2.1 Lokasi, Waktu, dan Mitra Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2025 di Desa Bumi Pajo, Kecamatan Donggo, Kabupaten Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Bumi Pajo dipilih karena merupakan sentra utama penghasil umbi ganyong (*Canna edulis*) atau yang dikenal masyarakat setempat sebagai kalo dana, namun pemanfaatannya masih terbatas pada penjualan dalam bentuk umbi segar sehingga belum memberikan nilai tambah ekonomi yang optimal.

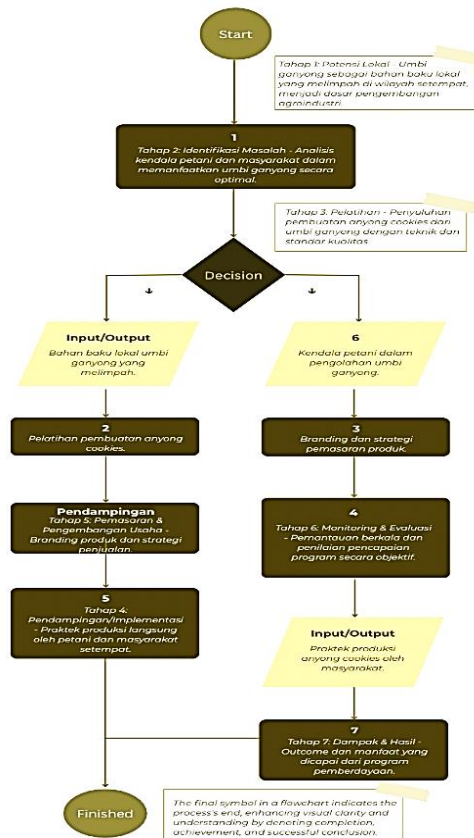
Mitra kegiatan terdiri atas kelompok petani ganyong, ibu rumah tangga produktif, dan calon pelaku usaha mikro yang memiliki minat dalam pengembangan usaha berbasis pangan lokal. Selain itu, kegiatan juga melibatkan Pemerintah Desa Bumi Pajo sebagai fasilitator serta Program Studi Kewirausahaan dan Program Studi Gizi Universitas Muhammadiyah Bima sebagai penyedia pendampingan teknologi pengolahan pangan, manajemen usaha, dan pemasaran digital.

### 2.2 Pendekatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan (Rahmadani et al., 2025). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan proses pemberdayaan dilakukan secara partisipatif melalui identifikasi masalah, perencanaan solusi, implementasi program, serta evaluasi bersama sehingga menghasilkan perubahan kapasitas masyarakat yang berkelanjutan.

Untuk mendukung proses pemberdayaan tersebut, tim pengabdian mengembangkan *Integrated Local Agroindustry Empowerment Model* (ILAEM) sebagai model hilirisasi komoditas lokal yang mengintegrasikan aspek teknologi pangan, kewirausahaan, dan pemasaran digital. Model ILAEM terdiri atas lima tahapan utama sebagai berikut:

- 1) Identifikasi potensi dan permasalahan masyarakat.
- 2) Hilirisasi umbi ganyong menjadi tepung dan produk Anyong Cookies.
- 3) Penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan produksi dan manajemen usaha.
- 4) Penguatan branding serta pemasaran digital.
- 5) Monitoring, evaluasi, dan pengembangan keberlanjutan usaha.



Gambar 1. Model *Integrated Local Agroindustry Empowerment Model* (ILAEM)

### 2.3 Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program dilakukan melalui enam tahapan yang saling berkesinambungan sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Program Pengabdian

| Tahapan                     | Kegiatan                                                  | Luaran                                         |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Analisis situasi            | Observasi, wawancara, FGD dengan masyarakat               | Peta potensi dan permasalahan mitra            |
| Pelatihan pengolahan tepung | Praktik pembuatan tepung ganyong                          | Masyarakat mampu menghasilkan tepung siap olah |
| Produksi Anyong Cookies     | Pelatihan formulasi, pencetakan, pemanggangan, pengemasan | Produk cookies berbahan tepung ganyong         |
| Manajemen usaha             | Pelatihan laporan keuangan sederhana                      | Kemampuan menyusun analisis usaha              |
| Digital marketing           | Branding, desain kemasan, media sosial, marketplace       | Peningkatan kemampuan pemasaran digital        |
| Monitoring dan evaluasi     | Pendampingan usaha dan evaluasi keberhasilan              | Model pemberdayaan berkelanjutan               |

## 2.4 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), dokumentasi kegiatan, serta kuesioner evaluasi sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) pelaksanaan program. Instrumen evaluasi meliputi empat aspek utama yaitu:

- 1) pengetahuan mengenai pengolahan ganyong
- 2) keterampilan produksi cookies
- 3) kemampuan manajemen usaha
- 4) kemampuan pemasaran digital

Selain itu dilakukan pengamatan terhadap perkembangan produk yang dihasilkan, kualitas kemasan, serta kesiapan masyarakat dalam menjalankan usaha secara mandiri.

## 2.5 Indikator Keberhasilan Program

Keberhasilan program diukur berdasarkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan usaha masyarakat sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Program

| Indikator                                              | Target   |
|--------------------------------------------------------|----------|
| Peserta memahami manfaat ekonomi ganyong               | ≥80%     |
| Peserta mampu membuat tepung ganyong                   | ≥80%     |
| Peserta mampu memproduksi cookies                      | ≥80%     |
| Peserta mampu membuat laporan keuangan sederhana       | ≥75%     |
| Peserta mampu menggunakan media sosial untuk pemasaran | ≥70%     |
| Terbentuk produk Anyong Cookies siap dipasarkan        | Tercapai |
| Terbentuk kemasan dan identitas produk                 | Tercapai |

## 2.6 Teknik Analisis Data

Data kuantitatif dianalisis secara deskriptif menggunakan persentase peningkatan hasil *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui perubahan tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta. Sementara itu, data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan *Focus Group Discussion* dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Evaluasi keberhasilan program juga dilakukan berdasarkan capaian indikator pemberdayaan masyarakat yang meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, peningkatan nilai tambah komoditas ganyong, terbentuknya usaha agroindustri rumahan, serta peluang keberlanjutan usaha melalui penguatan jejaring pemasaran.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Identifikasi Potensi dan Permasalahan Mitra

Tahap awal kegiatan pengabdian diawali dengan observasi lapangan, wawancara mendalam, dan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama pemerintah desa, kelompok petani ganyong, ibu rumah tangga, dan calon pelaku UMKM di Desa Bumi Pajo. Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi sumber daya lokal, kondisi sosial ekonomi masyarakat, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan komoditas ganyong.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Desa Bumi Pajo merupakan sentra utama penghasil umbi ganyong (*Canna edulis*) di Kabupaten Bima. Tanaman ini telah lama

dibudidayakan secara turun-temurun dan memiliki produktivitas yang cukup baik. Namun demikian, sebagian besar hasil panen masih dipasarkan dalam bentuk umbi segar dan diolah secara tradisional, seperti direbus atau dibakar, dengan harga jual relatif rendah sehingga belum mampu memberikan nilai tambah ekonomi bagi petani (Wardiyah et al., 2023).

Selain itu, masyarakat belum memiliki keterampilan dalam mengolah ganyong menjadi produk pangan modern yang memiliki daya saing di pasar. Pengetahuan mengenai teknologi pengolahan, standar produksi pangan, pengemasan produk, pencatatan keuangan usaha, maupun strategi pemasaran digital juga masih sangat terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan potensi ekonomi komoditas ganyong belum dimanfaatkan secara optimal. Hasil identifikasi kebutuhan mitra disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Kondisi Awal Mitra Pengabdian

| Aspek                     | Kondisi Sebelum Program                                                                      |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pemanfaatan ganyong       | Dijual dalam bentuk umbi segar, dan diolah secara tradisional, seperti direbus atau dibakar. |
| Nilai tambah produk       | Sangat rendah                                                                                |
| Diversifikasi produk      | Belum tersedia                                                                               |
| Keterampilan pengolahan   | Terbatas                                                                                     |
| Kemampuan manajemen usaha | Belum tersedia                                                                               |
| Pemasaran digital         | Belum diterapkan                                                                             |
| Brand produk              | Belum ada                                                                                    |

Berdasarkan hasil tersebut, tim pengabdian menyusun strategi pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada produksi pangan, tetapi juga mencakup peningkatan kapasitas kewirausahaan masyarakat sehingga mampu membangun usaha agroindustri berbasis komoditas lokal secara berkelanjutan.

**3.2 Pelatihan Hilirisasi Umbi Ganyong Menjadi Tepung Ganyong**

Tahap berikutnya adalah pelatihan pengolahan umbi ganyong menjadi tepung sebagai bahan baku utama *Anyong Cookies*. Pengolahan tepung dipilih karena merupakan bentuk hilirisasi awal yang dapat memperpanjang umur simpan bahan baku sekaligus meningkatkan fleksibilitas pemanfaatannya menjadi berbagai produk pangan.

Pelatihan dilakukan secara demonstratif dan partisipatif. Peserta secara langsung mempraktikkan seluruh tahapan produksi mulai dari pemilihan umbi berkualitas, pencucian, pengupasan, pengirisan, pengeringan, penggilingan hingga proses pengayakan untuk menghasilkan tepung dengan ukuran partikel yang seragam.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi karena sebagian besar baru pertama kali mengetahui bahwa ganyong dapat diolah menjadi tepung siap pakai yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi dibandingkan umbi segar.



Gambar 2. Pengolahan Umbi Ganyong Menjadi Tepung

Hilirisasi menjadi tepung memberikan beberapa keuntungan, antara lain:

- a) meningkatkan umur simpan bahan baku
- b) mempermudah distribusi
- c) meningkatkan fleksibilitas penggunaan
- d) memperluas peluang diversifikasi produk pangan.

Temuan ini sejalan dengan konsep hilirisasi pangan lokal yang menyatakan bahwa peningkatan nilai tambah komoditas pertanian dapat dilakukan melalui transformasi produk primer menjadi produk setengah jadi maupun produk siap konsumsi yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi (Nurhayati & Suryana, 2021; Molebila et al., 2023).

### 3.3 Pendampingan Produksi "*Anyong Cookies*"

Setelah peserta mampu menghasilkan tepung ganyong, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan produksi *Anyong Cookies* sebagai produk unggulan program. Tahapan produksi meliputi:

- a) formulasi adonan
- b) pencampuran bahan
- c) pencetakan
- d) pemanggangan
- e) pendinginan
- f) pengemasan.

Formula yang digunakan merupakan kombinasi tepung ganyong dan tepung terigu sehingga menghasilkan tekstur cookies yang renyah namun tetap mempertahankan karakteristik khas ganyong.

Produk diberi nama ***Anyong Cookies***, yang berasal dari gabungan kata *Anyong* (singkatan dari *Aneka Ganyong*) dan *Cookies*. Pemilihan nama tersebut bertujuan membangun identitas produk lokal yang mudah diingat konsumen sekaligus memperkuat branding sebagai produk khas Kabupaten Bima. Keunggulan produk meliputi:

- a) berbahan baku lokal
- b) tinggi serat
- c) indeks glikemik relatif rendah
- d) tanpa bahan pengawet
- e) memiliki cita rasa khas.

Selain kualitas produk, tim juga memberikan pendampingan mengenai desain kemasan agar produk memiliki daya tarik visual yang lebih baik dan siap dipasarkan.



Gambar 3. Produk Anyong Cookies

Pengembangan identitas merek menjadi salah satu strategi penting karena kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media komunikasi pemasaran yang mampu meningkatkan persepsi kualitas di mata konsumen.

### 3.4 Pendampingan Manajemen Usaha

Salah satu kelemahan utama UMKM pangan adalah rendahnya kemampuan dalam mengelola aspek keuangan. Oleh karena itu, program pengabdian tidak berhenti pada aspek produksi, tetapi juga memberikan pelatihan manajemen usaha (Widiatmoko et al., 2020). Materi pelatihan meliputi:

- a) penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP)
- b) penentuan harga jual
- c) analisis Break Even Point (BEP)
- d) penyusunan laporan laba rugi sederhana;
- e) pencatatan arus kas.

Hasil analisis usaha menunjukkan bahwa produk Anyong Cookies layak dikembangkan sebagai usaha agroindustri rumahan. Dengan harga jual Rp10.000 per kemasan, usaha telah mampu menghasilkan margin keuntungan yang positif. Meskipun investasi awal masih cukup besar karena kebutuhan peralatan produksi, analisis BEP menunjukkan bahwa modal dapat kembali seiring meningkatnya kapasitas produksi dan perluasan pasar.

Perhitungan menggunakan pendekatan *full costing*, dengan modal investasi peralatan diperlakukan sebagai biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya bahan baku, kemasan, serta tenaga kerja per periode produksi diperlakukan sebagai biaya variabel. Nilai BEP dihitung dengan rumus  $BEP \text{ (unit)} = \text{Biaya Tetap} \div (\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit})$ , sehingga diperoleh titik impas sebesar 161 kemasan sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan Analisis Kelayakan Usaha

| Komponen        | Nilai       |
|-----------------|-------------|
| Modal investasi | Rp2.125.000 |
| Biaya produksi  | Rp461.600   |
| Harga jual      | Rp10.000    |
| Laba usaha      | Rp555.685   |
| BEP             | 161 kemasan |

Pendampingan ini memberikan pemahaman kepada peserta bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga kemampuan mengelola aspek keuangan secara efisien.

### 3.5 Penguatan Branding dan Digital Marketing

Sebagai upaya memperluas akses pasar, tim pengabdian memberikan pelatihan mengenai pemasaran digital (Nursani et al., 2023). Materi meliputi:

- penyusunan identitas merek
- desain logo
- desain kemasan
- fotografi produk
- pembuatan akun media sosial
- pemasaran melalui marketplace
- strategi promosi digital.

Pendampingan ini memberikan wawasan baru kepada peserta bahwa pemasaran tidak lagi bergantung pada penjualan langsung, tetapi dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Melalui branding yang lebih profesional, Anyong Cookies memiliki peluang untuk dipasarkan tidak hanya di wilayah Kabupaten Bima tetapi juga sebagai produk oleh-oleh khas Nusa Tenggara Barat.



Gambar 4. Pendampingan Branding dan Digital Marketing

### 3.5 Evaluasi Ketercapaian Program

Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan pengukuran tingkat pemahaman peserta menggunakan instrumen pre-test dan post-test.

Tabel 5. Perubahan Kompetensi Peserta

| Indikator                        | Sebelum | Sesudah |
|----------------------------------|---------|---------|
| Memahami potensi ekonomi ganyong | 32%     | 96%     |
| Mampu membuat tepung ganyong     | 18%     | 100%    |
| Mampu memproduksi cookies        | 12%     | 100%    |
| Mampu menghitung HPP             | 8%      | 91%     |
| Memahami pemasaran digital       | 5%      | 86%     |

Peningkatan kompetensi peserta menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang diterapkan tidak hanya menghasilkan produk inovatif, tetapi juga meningkatkan kapasitas masyarakat dalam aspek teknologi pangan, kewirausahaan, dan pemasaran digital, sejalan dengan pola peningkatan kompetensi yang juga ditemukan pada program hilirisasi pangan lokal berbasis umbi lainnya (Mulya et al., 2025).

Temuan ini menguatkan bahwa hilirisasi komoditas lokal akan memberikan dampak yang lebih berkelanjutan apabila diintegrasikan dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan penguatan kelembagaan usaha. Model ini berpotensi direplikasi pada komoditas pangan lokal lainnya sebagai strategi pengembangan ekonomi berbasis potensi desa, meskipun replikasi pada konteks desa atau komoditas lain memerlukan penyesuaian lebih lanjut mengingat model ini baru diterapkan pada satu lokasi dan satu komoditas.

### 3.6 Keterbatasan Program

Beberapa keterbatasan perlu dikemukakan. Pertama, evaluasi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta masih bersifat *self-reported* melalui instrumen *pre-test* dan *post-test* tanpa uji ketahanan jangka panjang, sehingga belum menggambarkan retensi kompetensi setelah program berakhir. Kedua, skala produksi Anyong Cookies pada tahap ini masih berupa produksi rumahan dengan kapasitas terbatas, sehingga kelayakan usaha pada skala yang lebih besar perlu diuji lebih lanjut. Ketiga, keberlanjutan usaha pascaprogram sangat bergantung pada pendampingan lanjutan dan akses permodalan yang belum sepenuhnya dijamin dalam kegiatan ini. Keterbatasan ini menjadi dasar bagi rekomendasi pendampingan lanjutan pada tahap berikutnya.

## 4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Bumi Pajo berhasil mengoptimalkan potensi umbi ganyong (*Canna edulis*) melalui proses hilirisasi menjadi produk pangan bernilai tambah berupa Anyong Cookies. Program ini tidak hanya menghasilkan inovasi produk berbasis pangan lokal, tetapi juga meningkatkan kapasitas masyarakat dalam aspek teknologi pengolahan pangan, manajemen usaha, serta pemasaran digital.

Penerapan *Integrated Local Agroindustry Empowerment Model* (ILAEM) mampu meningkatkan kompetensi masyarakat mulai dari pengolahan tepung ganyong, produksi cookies, penyusunan analisis usaha, hingga pengembangan strategi pemasaran berbasis digital. Model tersebut memperlihatkan bahwa integrasi antara inovasi produk, pemberdayaan masyarakat, dan pendampingan bisnis dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan nilai tambah komoditas lokal sekaligus memperkuat ekonomi masyarakat pedesaan.

Ke depan, model pemberdayaan ini berpotensi direplikasi pada berbagai komoditas pangan lokal lainnya dengan melibatkan pemerintah daerah, perguruan tinggi, BUMDes, serta pelaku UMKM sehingga mampu memperkuat ekosistem agroindustri berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Bima yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Bumi Pajo, kelompok petani ganyong, masyarakat mitra, Program Studi Kewirausahaan Fakultas Hukum dan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bima, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan selama proses pelaksanaan kegiatan sehingga program ini dapat berjalan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Data dan Informasi Kemiskinan Kabupaten/Kota Tahun 2025*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Harmayani, E., Murdiati, A., & Griyaningsih. (2012). Karakterisasi pati ganyong (*Canna edulis*) dan pemanfaatannya sebagai bahan pembuatan cookies dan cendol. *Agritech*, 31(4), 297-304. <https://doi.org/10.22146/agritech.9637>
- Hasanah, F., & Hasrini, R. F. (2018). Pemanfaatan ganyong (*Canna edulis* Kerr) sebagai bahan baku sohon dan analisis kualitasnya. *Warta IHP/Journal of Agro-Based Industry*, 35(2), 99-105.
- Molebila, D. Y., Mauko, I. C., & Latuan, E. (2023). Pemberdayaan petani melalui penerapan teknologi hemat energi pada pembuatan tepung ganyong di Kabupaten Alor. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 51-58. <https://doi.org/10.37478/abdika.v3i1.2601>
- Mulya, K. S., Husniah, D., Nursani, Munir, & Khairunnisa. (2025). Produksi cookies gadung tinggi serat sebagai cemilan sehat untuk diet dan pencegahan obesitas. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 9-16.
- Noriko, N., & Pambudi, A. (2014). Diversifikasi pangan sumber karbohidrat *Canna edulis* Kerr. (Ganyong). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 2(4), 248-252.
- Nurhayati, A., & Suryana, Y. (2021). Hilirisasi produk pertanian sebagai upaya meningkatkan nilai tambah dan daya saing (studi pada komoditas pangan). *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(2), 145-156.
- Nursani, Zara Avila, D., Akbar, M., Firmanto, T., Faiza, N., Mulya, K. S., Amelia, R., & Rasyad Al Fajar, M. (2023). Strategi pemanfaatan digital marketing melalui Google My Business pada UMKM di Kecamatan Parado. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 163-170. <https://doi.org/10.61461/sjpm.v2i3.49>
- Rahmadani, S., Herlina, S., Asmayani, Angriani, W. L., Lubis, L. P., & Barus, D. S. (2025). Pemberdayaan masyarakat pesisir dalam kajian Participatory Action Research di Desa Beras Basah. *Kawanad: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 131-138. <https://doi.org/10.56347/kjpk.v4i2.362>
- Riskiani, D., Ishartani, D., & Affandi, D. R. (2014). Pemanfaatan tepung umbi ganyong (*Canna edulis* Ker.) sebagai pengganti tepung terigu dalam pembuatan biskuit tinggi energi protein dengan penambahan tepung kacang merah (*Phaseolus vulgaris* L.). *Jurnal Teknosains Pangan*, 3(1), 96-105.
- Wardiyah, W., Kurniawan, A. H., Cartika, H., Junaedi, J., Fajri, P., & Rahmat, M. (2023). Pemberdayaan kader PKK melalui pelatihan pengelolaan tepung ganyong, garut, dan ubi ungu sebagai ketahanan pangan yang sehat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 244-256. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12001>
- Widiatmoko, J., Indarti, M. G. K., Puspitasari, E., & Hadi, S. S. (2020). Pendampingan penyusunan harga pokok produksi bagi pelaku UMKM di Kota Semarang. *Jurnal PkM Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 206-212. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v3i2.6324>