BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)
Volume 6, Nomor 1, (Juni) (2026), Halaman : 314 - 320 ***p*-ISSN : 2807-7792**
DOI : https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v6i1.5961 ***e*-ISSN : 2807-6907**

PENDAMPINGAN UMKM DALAM PENINGKATAN NILAI EKONOMI BUDIDAYA PAKCOY DI DESA TANAH MERAH KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR

Elly Nielwaty[1], Dwi Herlinda[2], Pebriana Marlinda[3], Melani Ardianti[4]
[1,2,3,4]Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru, Indonesia
Email : [1]Nielwaty@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis pertanian lokal memiliki peran penting dalam memperkuat ekonomi masyarakat desa. Desa Tanah Merah, Kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar memiliki potensi budidaya pakcoy hidroponik yang dikelola oleh Kelompok Wanita Tani (KWT). Namun, hasil panen masih dominan dijual dalam bentuk segar sehingga nilai tambah produk, daya simpan, dan jangkauan pasar belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesiapan KWT dalam mengembangkan pakcoy menjadi produk olahan bernilai ekonomi, khususnya melalui inovasi kerupuk pakcoy, pengemasan, serta pemasaran sederhana. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif melalui tahapan pre-test, penyampaian materi, diskusi, post-test, dan rencana tindak lanjut. Kegiatan dilaksanakan pada 15 Januari 2026 dan diikuti oleh 20 orang peserta KWT pembudidaya pakcoy. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari 55% pada pre-test menjadi 85% pada post-test. Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme dalam diskusi mengenai pengolahan produk, daya tahan, kemasan, dan peluang pemasaran. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis inovasi produk mampu meningkatkan literasi nilai tambah hasil pertanian dan membuka peluang pengembangan UMKM lokal berbasis kelembagaan perempuan desa.

Kata kunci: *UMKM; Kelompok Wanita Tani; pakcoy hidroponik; nilai tambah; pengabdian masyarakat*

1. Pendahuluan

UMKM merupakan sektor strategis yang berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks desa, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan yang mendorong masyarakat memanfaatkan potensi lokal secara produktif. Peran tersebut sejalan dengan kajian Kadeni dan Srijani (2020) yang menegaskan bahwa UMKM memiliki kontribusi penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui aktivitas ekonomi berskala kecil yang dekat dengan kebutuhan rumah tangga.

Desa Tanah Merah, Kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar memiliki potensi ekonomi lokal pada sektor pertanian, khususnya budidaya pakcoy (Brassica rapa var. chinensis) dengan sistem hidroponik. Budidaya ini telah berjalan kurang lebih dua tahun dan dikelola oleh kelompok perempuan melalui Kelompok Wanita Tani (KWT). Setiap kelompok mengelola rak hidroponik dengan kapasitas sekitar 200 lubang tanam dan mampu menghasilkan 30-40 kg pakcoy segar dalam satu siklus tanam 23-25 hari.

BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)
Volume 6, Nomor 1, (Juni) (2026), Halaman : 314 - 320 ***p*-ISSN : 2807-7792**
DOI : https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v6i1.5957 ***e*-ISSN : 2807-6907**

Potensi tersebut menunjukkan bahwa budidaya pakcoy memiliki prospek sebagai basis pengembangan usaha produktif berbasis rumah tangga.

Meskipun produksi telah berjalan, nilai ekonomi yang diperoleh mitra belum optimal. Hasil panen masih dijual dalam bentuk segar melalui pemasaran konvensional di lingkungan sekitar desa. Pola ini membuat produk bergantung pada permintaan harian, memiliki jangkauan pasar terbatas, dan rentan terhadap fluktuasi harga. Pakcoy sebagai sayuran segar juga memiliki umur simpan yang relatif pendek sehingga risiko penurunan kualitas cukup tinggi apabila tidak segera terjual.

Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penguatan rantai nilai melalui pengolahan, pengemasan, dan pemasaran. Umyati, Sukmasari, dan Wijaya (2022) menjelaskan bahwa peningkatan nilai tambah komoditas pertanian dapat dilakukan melalui pemberdayaan KWT dengan metode pelatihan partisipatif dan praktik pengolahan hasil. Sejalan dengan itu, pengembangan kerupuk pakcoy dipandang sebagai alternatif inovasi karena memadukan bahan baku sayuran lokal dengan bentuk makanan ringan yang mudah diterima pasar.

Aspek kemasan dan pemasaran juga menjadi bagian penting dalam pengembangan produk olahan. Najib et al. (2022) menegaskan bahwa inovasi desain kemasan dapat meningkatkan daya saing produk UMKM, sedangkan Sufaidah et al. (2022) menunjukkan bahwa inovasi kemasan dan digital marketing berperan dalam pengembangan kualitas produk UMKM. Dalam konteks KWT, pelatihan branding dan digital marketing juga terbukti dapat meningkatkan visibilitas serta penjualan produk kelompok perempuan tani (Tafrikhatin et al., 2025). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk meningkatkan kapasitas KWT Desa Tanah Merah dalam memahami nilai tambah pakcoy melalui pengolahan produk, pengemasan, dan pemasaran sederhana.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 15 Januari 2026 di Desa Tanah Merah, Kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar. Mitra kegiatan adalah Kelompok Wanita Tani pembudidaya pakcoy dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang. Peserta merupakan anggota kelompok yang memiliki keterlibatan langsung dalam kegiatan budidaya pakcoy hidroponik.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif. Pendekatan edukatif dilakukan melalui penyampaian materi mengenai peningkatan nilai ekonomi pakcoy, inovasi produk olahan, pengemasan, dan pemasaran. Pendekatan partisipatif dilakukan melalui diskusi dan tanya jawab agar peserta dapat menyampaikan pengalaman, kendala, serta kebutuhan nyata yang mereka hadapi. Pendekatan aplikatif diarahkan pada penyusunan rencana tindak lanjut agar hasil pelatihan dapat diterapkan dalam kegiatan kelompok.

Tahapan kegiatan terdiri atas lima tahap utama. Pertama, pre-test untuk mengukur pemahaman awal peserta mengenai potensi ekonomi pakcoy dan peluang pengolahan hasil budidaya. Kedua, penyampaian materi tentang peningkatan nilai ekonomi hasil olahan pakcoy. Ketiga, diskusi untuk memperdalam pemahaman dan menggali persoalan mitra. Keempat, post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan setelah pelatihan. Kelima, evaluasi dan penyusunan arahan tindak lanjut berupa pengembangan produk, perbaikan kemasan, pemasaran, dan penguatan manajemen kelompok.

BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)
Volume 6, Nomor 1, (Juni) (2026), Halaman : 314 - 320 ***p*-ISSN : 2807-7792**
DOI : https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v6i1.5957 ***e*-ISSN : 2807-6907**

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan membandingkan nilai pre-test dan post-test, mengamati partisipasi peserta selama diskusi, serta menilai respons peserta terhadap rencana pengembangan produk olahan. Model evaluasi sederhana ini dipilih karena sesuai dengan karakter kegiatan pelatihan masyarakat yang menekankan perubahan pemahaman, kesiapan praktik, dan relevansi materi dengan kebutuhan mitra.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian berlangsung dengan melibatkan 20 peserta dari KWT pembudidaya pakcoy. Secara umum, peserta mengikuti kegiatan dengan aktif dan menunjukkan ketertarikan terhadap materi peningkatan nilai ekonomi hasil budidaya. Keterlibatan peserta penting karena KWT merupakan kelompok yang memiliki potensi sebagai pelaku produksi sekaligus calon pengembang usaha olahan berbasis pakcoy.

Pada tahap awal, pre-test menunjukkan tingkat pemahaman peserta sebesar 55%. Nilai ini menggambarkan bahwa peserta telah memiliki pengetahuan dasar mengenai pakcoy sebagai komoditas pertanian, tetapi pemahaman tentang pengolahan produk, nilai tambah, pengemasan, dan pemasaran masih belum optimal. Kondisi ini sesuai dengan hasil analisis mitra yang menunjukkan bahwa pakcoy selama ini masih dijual dalam bentuk segar dan belum dikembangkan menjadi produk turunan.

Penyampaian materi menekankan bahwa pakcoy tidak hanya memiliki nilai sebagai sayuran konsumsi, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi bahan baku produk olahan. Materi diarahkan pada konsep nilai tambah, peluang kerupuk pakcoy, pentingnya daya tahan produk, tampilan kemasan, dan strategi pemasaran sederhana. Pembahasan ini relevan dengan pendapat Suprihatin, Pramitasari, dan Hasanah (2024) bahwa inovasi packaging, labeling, marketplace, dan media sosial dapat meningkatkan wawasan pelaku UMKM dalam memperkuat daya jual produk.

Setelah penyampaian materi, diskusi berjalan aktif. Pertanyaan peserta banyak berkaitan dengan kemungkinan variasi produk olahan, teknik pengolahan, daya tahan kerupuk pakcoy, desain kemasan, harga jual, dan peluang pemasaran. Antusiasme tersebut menunjukkan bahwa materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan mitra. Diskusi juga memperlihatkan adanya perubahan cara pandang peserta, dari melihat pakcoy sebagai komoditas segar menjadi bahan baku yang dapat diolah dan dipasarkan secara lebih luas.

Hasil post-test menunjukkan peningkatan pemahaman menjadi 85%. Peningkatan sebesar 30 poin persentase menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap pengetahuan peserta. Kenaikan ini juga memperlihatkan bahwa metode ceramah, diskusi, dan evaluasi sederhana cukup efektif untuk menyampaikan konsep inovasi produk kepada kelompok sasaran. Temuan ini sejalan dengan Mirantika, Syamfithriani, dan Asikin (2024) yang menunjukkan bahwa penyuluhan digital marketing kepada KWT mampu menumbuhkan minat dan respons positif peserta dalam memasarkan produk olahan pertanian.

Peningkatan pemahaman peserta dapat dilihat pada Tabel 1 dan Gambar 1 berikut.

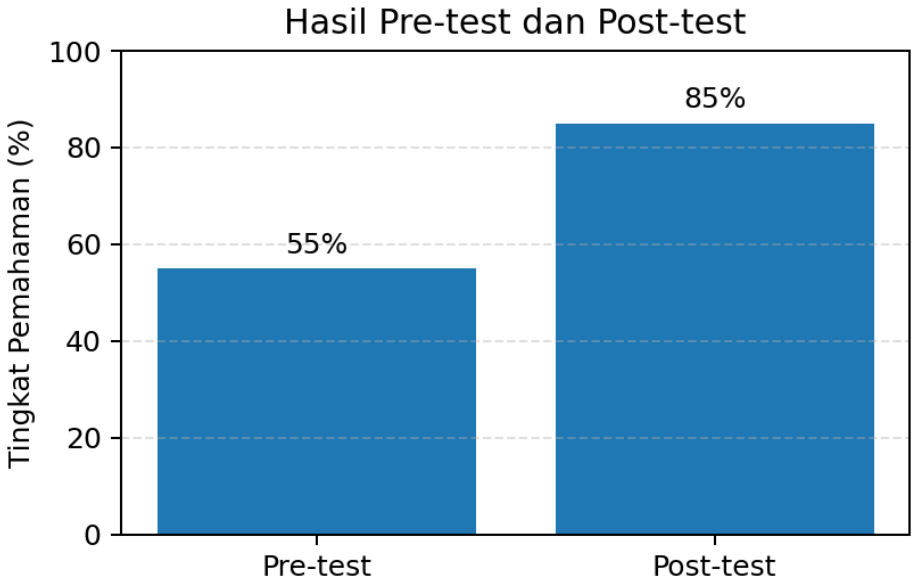
Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta Pelatihan

No	Aspek Evaluasi	Nilai (%)	Keterangan
1	Pre-test	55	Pemahaman awal peserta sebelum pelatihan

BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)
Volume 6, Nomor 1, (Juni) (2026), Halaman : 314 - 320 ***p*-ISSN : 2807-7792**
DOI : https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v6i1.5957 ***e*-ISSN : 2807-6907**

2	Post-test	85	Pemahaman peserta setelah pelatihan
3	Kenaikan	30 poin	Indikasi peningkatan pemahaman peserta

Sumber: Data hasil pengabdian, diolah 2026.



Gambar 1. Perbandingan hasil pre-test dan post-test peserta pelatihan

Sumber: Data hasil pengabdian, diolah 2026.

Peningkatan pemahaman tersebut menjadi indikator awal bahwa kegiatan pengabdian telah mampu menjawab kebutuhan mitra. Peserta tidak hanya memperoleh informasi mengenai manfaat pakcoy, tetapi juga memahami bahwa nilai ekonomi produk pertanian dapat ditingkatkan melalui proses pengolahan. Dalam hal ini, kerupuk pakcoy dapat menjadi alternatif produk olahan karena memiliki daya simpan lebih lama, mudah dikenali masyarakat, dan berpotensi dipasarkan pada segmen makanan ringan sehat.

Dampak kegiatan juga terlihat pada tumbuhnya kesadaran peserta mengenai pentingnya kemasan dan identitas produk. Pengemasan yang menarik tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga menjadi media komunikasi dengan konsumen. Hal ini sejalan dengan Najib et al. (2022) yang menjelaskan bahwa inovasi kemasan dapat memperkuat daya saing UMKM melalui peningkatan tampilan, identitas, dan nilai jual produk.

Dari aspek pemasaran, peserta mulai memahami bahwa penjualan pakcoy segar yang hanya mengandalkan lingkungan sekitar belum cukup untuk mengoptimalkan potensi ekonomi kelompok. Strategi pemasaran sederhana melalui relasi lokal, kegiatan desa, media sosial, dan jejaring komunitas dapat menjadi langkah awal dalam memperluas pasar. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada pengetahuan teknis, tetapi juga pada orientasi usaha kelompok.

Dari aspek kelembagaan, kegiatan ini memberikan dorongan awal bagi KWT untuk memperkuat kerja sama antaranggota. Pengembangan produk olahan membutuhkan pembagian tugas, pencatatan produksi, perhitungan biaya, penentuan harga jual, dan

BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)
Volume 6, Nomor 1, (Juni) (2026), Halaman : 314 - 320 ***p*-ISSN : 2807-7792**
DOI : https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v6i1.5957 ***e*-ISSN : 2807-6907**

evaluasi. Aspek tersebut penting karena tanpa manajemen kelompok yang baik, inovasi produk sulit berkembang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, tindak lanjut kegiatan perlu diarahkan pada praktik produksi, pendampingan kemasan, dan penguatan pemasaran.

Secara umum, hasil pengabdian menunjukkan bahwa peningkatan nilai ekonomi pakcoy tidak cukup hanya dilakukan melalui peningkatan jumlah produksi. Upaya yang lebih strategis adalah mengembangkan rantai nilai melalui inovasi pengolahan, pengemasan, dan pemasaran. Dengan pendekatan tersebut, KWT berpeluang bergeser dari sekadar produsen bahan mentah menjadi pelaku usaha olahan pangan berbasis potensi lokal.

Tindak lanjut kegiatan perlu difokuskan pada praktik pembuatan produk olahan secara langsung. Praktik ini penting agar peserta dapat menguji kesesuaian bahan, rasa, tekstur, daya simpan, serta bentuk kemasan yang paling sesuai dengan pasar lokal. Melalui proses uji coba, KWT dapat menentukan produk yang paling memungkinkan untuk diproduksi secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan baku dan kemampuan anggota.

Penerapan inovasi dalam pengabdian ini juga memiliki relevansi dengan penguatan pemberdayaan perempuan desa. KWT sebagai kelembagaan perempuan tani memiliki posisi strategis karena anggotanya terlibat dalam produksi pertanian dan berpotensi mengembangkan usaha rumah tangga. Apabila pengolahan pakcoy dilakukan secara kolektif, kelompok dapat membagi peran dalam penyediaan bahan baku, proses produksi, pengemasan, pencatatan biaya, dan pemasaran.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, inovasi pengolahan pakcoy perlu dipahami sebagai proses bertahap yang dimulai dari perubahan pengetahuan, kesiapan praktik, sampai penguatan tata kelola usaha. Pada tahap awal, keberhasilan utama belum diletakkan pada peningkatan omzet secara langsung, tetapi pada terbentuknya pemahaman peserta mengenai pentingnya diversifikasi produk dan peluang ekonomi yang dapat dikembangkan dari komoditas lokal.

Tabel 2. Arah Tindak Lanjut Pengembangan Produk Olahan Pakcoy

Tahapan	Fokus Kegiatan	Keluaran yang Diharapkan
Praktik produksi	Uji coba pengolahan pakcoy menjadi kerupuk atau produk olahan sederhana	Formula awal produk dan standar proses sederhana
Perbaikan kemasan	Pemilihan desain label, informasi produk, dan kemasan yang lebih menarik	Identitas produk yang lebih layak dipasarkan
Pemasaran awal	Pengenalan produk melalui pasar lokal, kegiatan desa, dan media sosial	Perluasan jangkauan promosi dan uji respons konsumen
Manajemen kelompok	Pembagian tugas, pencatatan produksi, dan evaluasi kegiatan usaha	Kegiatan usaha kelompok yang lebih tertib dan terarah

Sumber: Rencana tindak lanjut kegiatan pengabdian, 2026.

Secara akademik, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM desa perlu ditempatkan sebagai proses yang menghubungkan potensi lokal, peningkatan kapasitas, dan penguatan kelembagaan. Dengan demikian, keberhasilan pengabdian tidak hanya diukur dari terlaksananya pelatihan, tetapi juga dari perubahan

Volume 6, Nomor 1, (Juni) (2026), Halaman : 314 - 320 *p*-ISSN : 2807-7792
DOI : https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v6i1.5957 *e*-ISSN : 2807-6907

pengetahuan, munculnya minat usaha, dan terbentuknya rencana tindak lanjut yang realistis bagi mitra.

Selain itu, pemasaran produk olahan perlu dilakukan secara bertahap. Pada tahap awal, KWT dapat memanfaatkan pasar lokal dan jejaring sosial desa untuk menguji penerimaan konsumen. Setelah produk memperoleh respons positif, pemasaran dapat diperluas melalui media sosial, katalog sederhana, dan kerja sama dengan pelaku usaha lokal. Strategi bertahap ini penting agar kelompok tidak terbebani oleh target pasar yang terlalu luas sebelum kapasitas produksi siap.

Keterbatasan mitra yang masih perlu diperhatikan adalah belum tersedianya standar operasional produksi dan belum adanya perhitungan biaya produksi yang rinci. Oleh karena itu, hasil pelatihan perlu dilanjutkan dengan penyusunan standar sederhana yang dapat digunakan oleh anggota KWT ketika memproduksi kerupuk pakcoy. Standar tersebut mencakup kebersihan bahan, takaran bahan, proses pengolahan, pengemasan, serta penyimpanan produk.

4. Simpulan

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada KWT pembudidaya pakcoy di Desa Tanah Merah telah meningkatkan pemahaman peserta mengenai potensi nilai ekonomi pakcoy. Hal ini terlihat dari kenaikan hasil pre-test sebesar 55% menjadi 85% pada post-test.
2. Inovasi pengolahan pakcoy menjadi produk olahan, khususnya kerupuk pakcoy, merupakan alternatif strategis untuk meningkatkan nilai tambah, memperpanjang umur simpan, memperluas peluang pasar, dan mengurangi ketergantungan terhadap penjualan sayuran segar.
3. Kegiatan ini juga mendorong penguatan kapasitas KWT melalui peningkatan pengetahuan tentang pengolahan, pengemasan, pemasaran, pencatatan sederhana, dan kerja sama kelompok sebagai modal awal pengembangan usaha produktif berbasis pertanian lokal.

5. Saran

1. KWT perlu menindaklanjuti hasil pelatihan melalui praktik langsung pembuatan produk olahan pakcoy agar pengetahuan yang diperoleh dapat berkembang menjadi keterampilan produksi.
2. Pengembangan produk perlu didukung dengan perbaikan kemasan, identitas merek, perhitungan harga pokok produksi, dan strategi pemasaran sederhana melalui pasar lokal serta media sosial.
3. Perguruan tinggi, pemerintah desa, dan pihak terkait perlu melanjutkan pendampingan melalui monitoring dan evaluasi berkala agar inovasi pengolahan pakcoy dapat berkembang menjadi usaha kelompok yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Kadeni, K., & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 8(2), 191-200.

Mirantika, N., Syamfithriani, T. S., & Asikin, N. A. (2024). Pemanfaatan digital marketing pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Madu Desa Belawa Kabupaten

Volume 6, Nomor 1, (Juni) (2026), Halaman : 314 - 320 ***p*-ISSN : 2807-7792**
DOI : https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v6i1.5957 ***e*-ISSN : 2807-6907**

Cirebon. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(1), 642-648. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2211

Najib, M. F., Februadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi desain kemasan (packaging) sebagai faktor peningkatan daya saing produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(1), 56-64. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397

Sufaidah, S., Munawarah, M., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan kualitas produk UMKM melalui inovasi kemasan dan digital marketing. Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(3), 152-156. https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v3i3.3195

Suprihatin, H., Pramitasari, D. A., & Hasanah, A. (2024). Inovasi packaging dan pemasaran digital bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2), 254-263. https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v5i2.205

Tafrikhatin, A., Khasanah, U., Sari, L. N., Benedi, J., Purnomo, S., Kholid, I., & Rahmawati, N. N. (2025). Implementasi digital marketing dan branding produk usaha Kelompok Wanita Tani Desa Jlegiwinangun sebagai upaya pemberdayaan perempuan di bidang ekonomi. JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 6(2), 1074-1082. https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i2.2370

Umyati, S. U., Sukmasari, M. D., & Wijaya, A. A. (2022). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani melalui peningkatan nilai tambah komoditas pertanian di era new normal. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 6-10. https://doi.org/10.31949/jb.v3i1.1636