



Peningkatan Potensi Petani Nanas melalui Program Pendampingan Pembuatan dan Pemasaran Sambal Nanas

Ika Nurfitriani^{1, 2} Khairan

^{1,2} Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri, Indonesia

Corresponding Author: ikafitrigunarsih@gmail.com, Yanplosokandang@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history Submit 27 Januari 2026 Revised 16 Februari 2026 Accepted 17 Februari 2026	<i>Manggis Village, Ngancar District, Kediri Regency is one of the largest pineapple producers in East Java, but the abundance of pineapples in the village has not been optimized by the community due to a lack of innovation in how to process pineapples into products with high selling value. Furthermore, the community lacks understanding of how to market processed pineapple products. They prefer to sell the pineapples harvested from their plantations directly at low prices without processing them to increase their selling price and community income. Therefore, innovation is needed to process pineapples into products with high selling value. Using the PAR approach, the goal of this program is for the community to be able to optimize their harvest into products with higher selling prices and to better understand how to market these products. The implementation of activities includes: (1) socialization of increasing pineapple processing yields (2) training in making pineapple sambal (3) formation of SME groups (4) ongoing assistance and marketing training. The result of this program is the creation of a pineapple sambal product named "Sambal Nanas Khas Ngancar" with very attractive packaging and labeling. The final outcome of this program can contribute to enhancing the capacity of MSME human resources, expanding market access, and increasing farmers' income potential through the diversification of pineapple-based processed products rooted in local potential.</i>
Keywords: <i>Pineapple, Pineapple Chili Sauce, Marketing</i>	
Kata Kunci: Buah Nanas, Sambal Nanas, Pemasaran	ABSTRAK Desa Manggis Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri adalah salah satu penghasil buah nanas terbesar di Jawa Timur, namun melimpahnya buah nanas di dusun tersebut belum dapat dioptimalkan oleh masyarakat karena kurangnya inovasi bagaimana cara mengolah buah nanas menjadi produk yang memiliki nilai jual tinggi serta, masyarakat kurang memahami cara dalam memasarkan produk olahan nanas. Mereka lebih memilih menjual langsung buah nanas yang dipanen dari perkebunan dengan harga murah tanpa adanya pengolahan yang mendorong peningkatan nilai harga jual dan pendapatan masyarakat, sehingga diperlukan adanya inovasi pengolahan buah nanas menjadi produk yang memiliki nilai jual yang tinggi. Dengan menggunakan

	pendekatan PAR tujuan dari program ini adalah agar masyarakat dapat mengoptimalkan hasil panen mereka menjadi produk yang memiliki harga jual yang lebih tinggi dan lebih memahami cara pemasaran produk tersebut. Pelaksanaan kegiatan meliputi: (1) sosialisasi peningkatan hasil olahan nanas (2) pelatihan pembuatan sambal nanas (3) pembentukan kelompok UKM (4) pendampingan berkelanjutan dan pelatihan pemasaran. Hasil dari adanya program ini adalah terciptanya produk sambal nanas yang diberi nama “Sambal Nanas Khas Ngancar” dengan kemasan label yang sangat menarik. Hasil akhir dari rogram ini dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia UMKM, perluasan akses pasar, serta potensi peningkatan pendapatan petani melalui diversifikasi produk olahan nanas berbasis potensi lokal.
--	--

1. Pendahuluan

Desa Manggis, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri merupakan salah satu sentra produksi nanas terbesar di Jawa Timur dengan luas perkebunan mencapai ratusan hektare. Kondisi geografis yang berada di kawasan dataran tinggi dengan tanah subur menjadikan wilayah ini sangat potensial untuk budidaya tanaman hortikultura, khususnya nanas. Produksi nanas yang melimpah setiap musim panen menunjukkan bahwa desa ini memiliki keunggulan komparatif di sektor pertanian. Secara teoritis, potensi komoditas hortikultura yang besar dapat menjadi penggerak utama perekonomian masyarakat desa apabila dikelola secara optimal melalui sistem agribisnis yang terintegrasi dari hulu hingga hilir.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar petani masih menjual nanas dalam bentuk segar tanpa proses pengolahan lanjutan. Pola penjualan tradisional ini menyebabkan nilai tambah produk relatif rendah dan petani sangat bergantung pada harga pasar yang fluktuatif. Ketika produksi melimpah, harga jual cenderung menurun sehingga berdampak pada rendahnya pendapatan petani.

Padahal, nanas (*Ananas comosus* L.) memiliki kandungan gizi yang tinggi, terutama vitamin C dan antioksidan yang bermanfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh (Maharani et al., 2024). Selain memiliki nilai kesehatan, nanas juga memiliki karakteristik rasa manis dan asam yang khas sehingga sangat potensial untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan bernilai tambah seperti selai, jus, sirup, keripik, hingga sambal nanas (Purbowati et al., 2025). Diversifikasi produk berbasis nanas tidak hanya memperpanjang umur simpan, tetapi juga meningkatkan harga jual dibandingkan produk segar. Pengembangan produk olahan merupakan bentuk hilirisasi sederhana pada skala mikro yang

dapat memperkuat posisi petani dalam rantai nilai agribisnis. Inovasi produk seperti sambal nanas menjadi salah satu alternatif pengembangan agroindustri rumah tangga yang mampu meningkatkan daya saing produk lokal sekaligus memperluas peluang pasar.

Selain permasalahan pada aspek produksi, masyarakat Desa Manggis juga menghadapi keterbatasan dalam manajemen usaha dan strategi pemasaran. Sebagian warga sebenarnya pernah mencoba membuat produk olahan nanas, namun usaha tersebut tidak berkelanjutan karena kurangnya pemahaman tentang strategi distribusi dan promosi. Tantangan ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya bergantung pada kemampuan produksi, tetapi juga pada kapasitas manajerial dan pemasaran. Di era transformasi digital, strategi pemasaran berbasis media sosial dan marketplace terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar UMKM (Fadila & Yulianto, 2025). Digital marketing memungkinkan pelaku usaha kecil menjangkau konsumen lintas wilayah dengan biaya relatif rendah serta meningkatkan brand awareness produk lokal (Asyiffa et al., 2025). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang pemasaran digital menjadi elemen penting dalam pengembangan produk olahan nanas agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Di samping inovasi produk dan pemasaran, aspek legalitas usaha juga menjadi faktor strategis dalam penguatan daya saing UMKM (Amperawati et al., 2026). Nomor Induk Berusaha (NIB), izin PIRT, serta sertifikasi halal merupakan bentuk pengakuan formal yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas produk (Anas et al., 2026). Legalitas usaha tidak hanya memberikan perlindungan hukum, tetapi juga membuka akses terhadap permodalan, kemitraan, serta peluang distribusi yang lebih luas (Poli et al., 2025). Laporan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH, 2023) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berperan penting dalam meningkatkan kredibilitas produk pangan di pasar domestik. Hal ini diperkuat oleh Ahyani dan Slamet (2022) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal menjadi instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan di Indonesia yang mayoritas konsumennya beragama Islam. Dengan demikian, penguatan legalitas menjadi bagian integral dari strategi pengembangan usaha berbasis potensi lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas petani nanas dan kelompok masyarakat Desa Manggis melalui inovasi produk sambal nanas sebagai bentuk diversifikasi olahan, penguatan legalitas usaha (NIB, PIRT, dan sertifikasi halal), serta

pelatihan pemasaran berbasis digital. Program ini diharapkan mampu mendorong peningkatan nilai tambah komoditas nanas, memperluas akses pasar, memperkuat kelembagaan UMKM, serta pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Manggis secara berkelanjutan.

2. Metode

Pengabdian menggunakan Pendekatan PAR (*Participatory Action Research*). Metode PAR merupakan metode penelitian partisipatif yang menekankan kolaborasi aktif antara peneliti dan Masyarakat dalam mengidentifikasi masalah, merancang solusi, melaksanakan Tindakan serta melakukan refleksi terhadap hasil yang dicapai. Pendekatan ini bertujuan tidak hanya menghasilkan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan sosial yang nyata melalui pemberdayaan masyarakat.

Dalam konteks pengabdian ini, masyarakat Desa Manggis berperan sebagai subjek utama yang terlibat aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi program pengembangan produk sambal nanas. Tahapan-tahapan pelaksanaan PAR dalam penelitian ini sebagai berikut:

NO	Tahapan Penelitian	Bentuk Kegiatan
1.	Perencanaan (Planning)	1. Observasi lapangan dan social mapping selama satu minggu untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan masyarakat. 2. Wawancara dengan petani nanas dan ibu rumah tangga di Dusun Sumber Rejo dan Sumber Urip. 3. Identifikasi masalah utama: (1) Penjualan nanas dalam bentuk mentah dengan harga rendah. (2) Keterbatasan pengetahuan pemasaran produk olahan. 4. Perumusan solusi berupa inovasi produk sambal nanas dan pelatihan pemasaran. 5. Penyusunan rencana kegiatan meliputi pelatihan produksi, pembentukan kelompok UMKM, serta pengurusan legalitas usaha.

2.	Tindakan (Action)	1. Pembuatan sampel dan standarisasi resep sambal nanas. 2. Pelatihan produksi kepada kelompok ibu-ibu. 3. Pembentukan struktur kelompok UMKM sambal nanas. 4. Pelatihan pengemasan dan pemasaran produk (offline dan online). 5. Pengurusan legalitas usaha (NIB, PIRT, dan pengajuan sertifikasi halal). 6. Koordinasi dengan pihak Kecamatan dan BAPPEDA Kabupaten Kediri.
3.	Observasi (Observation)	1. Partisipasi aktif masyarakat dalam pelatihan. 2. Kemampuan peserta dalam memproduksi sambal nanas secara mandiri. 3. Progres pengurusan legalitas usaha. 4. Respon masyarakat terhadap produk yang dihasilkan.
4.	Refleksi (Reflection)	1. Kelebihan dan kekurangan proses produksi. 2. Strategi pemasaran yang perlu ditingkatkan. 3. Tantangan keberlanjutan usaha.

3. Hasil

Pelatihan pembuatan sambal nanas

Dengan menggunakan pendekatan metode PAR kegiatan PKM ini bertujuan untuk mendampingi Masyarakat dalam meningkatkan potensi petani nanas melalui program pendampingan pembuatan dan pemasaran sambal nanas yang diberi nama “Sambal Nanas Khas Ngancar”. Program ini dilaksanakan dalam beberapa tahap perencanaan, pelaksanaan, observasi, dan refleksi, adapun hasil dari pelaksanaan program ini dapat diuraikan sebagai berikut:

TABEL 1. PROSES PEMBUATAN SAMBAL NANAS

NO	PELAKSANAAN	NAMA KEGIATAN	TUJUAN
1.	Jum'at, 26 Juli 2024	Pembuatan sampel sambal nanas	Menentukan resep produk sambal nanas yang digunakan untuk pelatihan produksi

			massal
2.	Sabtu, 27 Juli 2024	Pembentukan kelompok UMK sambel nanas bersama warga	Membentuk struktur kelompok warga yang akan memproduksi sambal nanas
3.	Minggu, 29 Juli 2024	Pelatihan Pembuatan Sempel Sambel nanas bersama warga	Memberikan resep dan cara pembuatan Sambal Nanas

Pemilihan produk sambal nanas didasarkan pada pertimbangan bahwa sambal merupakan salah satu makanan pelengkap yang memiliki tingkat konsumsi tinggi di masyarakat Indonesia. Inovasi sambal nanas dipilih karena menawarkan karakteristik rasa asam, manis, dan pedas yang khas sehingga berpotensi memberikan nilai tambah dibandingkan produk sambal konvensional. Selain itu, produk ini dinilai memiliki peluang pasar yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan berbasis potensi lokal dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kegiatan diawali dengan perumusan resep dan praktik pembuatan sampel sambal nanas pada Jumat, 26 Juli 2024, yang selanjutnya dijadikan dasar dalam pelatihan produksi skala lebih besar. Setelah formula produk diperoleh, dilakukan pembentukan kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai wadah pengelolaan usaha. Pertemuan pembentukan struktur organisasi kelompok UMKM sambal nanas dilaksanakan pada Sabtu, 27 Juli 2024, bertempat di rumah Ketua Kelompok Produksi. Dalam pertemuan tersebut, anggota kelompok menyusun rencana bisnis, membagi peran dan tanggung jawab, serta menetapkan langkah-langkah operasional awal.

Pembentukan kelompok UMKM ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, tetapi juga bertujuan memperkuat hubungan sosial dan kerja sama antarwarga. Selanjutnya, pelatihan pembuatan sambal nanas dilaksanakan pada Minggu, 29 Juli 2024, dengan tujuan meningkatkan keterampilan teknis masyarakat serta menyempurnakan formulasi produk. Kegiatan pelatihan dilakukan secara partisipatif melalui diskusi dan sesi tanya jawab untuk memperoleh masukan terkait cita rasa dan kualitas produk.

Hasil dari rangkaian kegiatan tersebut adalah diperolehnya formulasi akhir resep sambal nanas yang telah disepakati bersama. Produk kemudian

dikemas dalam botol tertutup untuk menjaga mutu, higienitas, serta memperpanjang daya simpan sehingga siap untuk diproduksi dan dipasarkan secara lebih luas.



Gambar 1. Pelatihan pembuatan sambal nanas dan diversifikasi produk hasil olahan nanas

Pelatihan pemasaran sambal nanas

Dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat, kegiatan pengabdian ini juga mencakup pelatihan pemasaran produk olahan nanas. Pelatihan tersebut dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha, khususnya ibu rumah tangga, dalam memahami strategi distribusi dan pemasaran produk hingga sampai ke konsumen akhir. Pemasaran yang efektif merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan usaha kecil, karena berperan dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan volume penjualan.

Selain aspek pemasaran, pelatihan ini juga mencakup teknik pengemasan (packaging) dan pendampingan proses pendaftaran sertifikasi halal. Pengemasan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi dan sarana membangun citra merek yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen. Desain kemasan yang informatif dan menarik diyakini dapat meningkatkan persepsi kualitas serta minat beli konsumen.

Kami berkoordinasi dengan pihak kecamatan terkait sertifikasi halal dan pemasaran produk sambal nanas dilakukan sebagai langkah strategis untuk memastikan produk tersebut memenuhi standar kualitas dan dapat dijual di pasar yang lebih luas. Selain itu, tim juga membahas strategi pemasaran yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar sambal nanas. Pihak kecamatan memberikan masukan dan dukungan, termasuk membantu menghubungkan

dengan dinas terkait yang dapat memfasilitasi proses sertifikasi halal. Kolaborasi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk sambal nanas dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal.



Gambar 2. Pelatihan Pemasaran

Pada hari Jumat, 2 Agustus 2024, kami melakukan wawancara dengan Camat Ngancar guna mendiskusikan pengembangan produk UMKM sambal nanas. Dalam pertemuan tersebut, pihak kecamatan merekomendasikan agar tim melakukan koordinasi lanjutan dengan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Kediri (BAPPEDA Kabupaten Kediri) sebagai langkah strategis dalam perencanaan pengembangan usaha.

Selanjutnya, kami melakukan kunjungan ke BAPPEDA Kabupaten Kediri untuk membahas strategi penguatan legalitas dan pengembangan produk. Berdasarkan hasil diskusi, diperoleh arahan agar pelaku usaha segera mengurus Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui instansi teknis terkait, seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) atau Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP).

Menindaklanjuti arahan tersebut, pada Selasa, 6 Agustus 2024, peneliti mengunjungi DPMPTSP untuk mengajukan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), serta memulai proses sertifikasi halal. NIB merupakan identitas resmi pelaku usaha yang diterbitkan melalui sistem perizinan berusaha berbasis risiko sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021. Adapun PIRT menjadi prasyarat penting bagi industri pangan skala rumah tangga sebagai bentuk jaminan keamanan dan kelayakan produk yang beredar di masyarakat.

Selain aspek legalitas usaha, sertifikasi halal juga menjadi prioritas dalam pengembangan produk sambal nanas. Sertifikasi halal merupakan instrumen penting untuk menjamin kepatuhan produk terhadap standar kehalalan serta meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Kewajiban sertifikasi halal di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang pelaksanaannya dikoordinasikan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dengan penetapan fatwa halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Dalam prosesnya, peneliti mengajukan sertifikasi halal melalui sistem daring SIHALAL yang dikelola oleh BPJPH. Pengajuan tersebut meliputi pengisian formulir, penyusunan dokumen rincian produk, serta penjelasan proses produksi sebagai bagian dari persyaratan administrasi. Setelah seluruh dokumen pendukung dilengkapi dan diunggah pada sistem, tim menunggu proses verifikasi dan penerbitan sertifikat halal dari pihak berwenang. Upaya pengurusan legalitas ini diharapkan dapat memperkuat posisi produk sambal nanas secara administratif dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas, baik pada tingkat regional maupun nasional.



Gambar 3. Sertifikat halal produk sambal nanas khas ngancar

4. Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, observasi, hingga refleksi mampu meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program yang dijalankan. Pendekatan partisipatif ini sejalan dengan pandangan bahwa

PAR tidak hanya berorientasi pada pemecahan masalah, tetapi juga pada proses pemberdayaan masyarakat melalui partisipasi kolektif dan refleksi kritis yang berkelanjutan. Dalam konteks pelatihan pembuatan sambal nanas, masyarakat tidak hanya menjadi objek kegiatan, tetapi turut berperan sebagai subjek yang terlibat langsung dalam perumusan resep, pengujian cita rasa, serta penentuan standar produksi.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa diversifikasi produk berbasis komoditas lokal, seperti nanas, memiliki potensi strategis dalam meningkatkan nilai tambah hasil pertanian. Inovasi produk olahan merupakan salah satu strategi pengembangan agroindustri yang efektif untuk memperpanjang umur simpan produk, meningkatkan daya saing, serta memperluas akses pasar. Pengolahan nanas menjadi sambal khas daerah memberikan diferensiasi produk melalui perpaduan rasa asam, manis, dan pedas yang unik, sehingga menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan produk sambal konvensional. Diversifikasi ini sekaligus menjadi bentuk hilirisasi produk pertanian skala rumah tangga.

Pembentukan kelompok UMKM dalam program ini juga menunjukkan dampak positif terhadap penguatan kelembagaan ekonomi masyarakat. Secara teoritis, pengembangan UMKM berbasis komunitas berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta pengurangan kesenjangan ekonomi di tingkat lokal (Tambunan, 2021). Kolaborasi antaranggota kelompok dalam pembagian tugas produksi, pengemasan, dan pemasaran mencerminkan adanya peningkatan kapasitas organisasi dan kerja sama sosial (social capital) di antara warga. Hal ini memperkuat fungsi UMKM sebagai pilar ekonomi kerakyatan sebagaimana ditegaskan dalam kebijakan pemberdayaan usaha mikro dan kecil di Indonesia.

Pada aspek pemasaran, pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya strategi promosi dan pengemasan produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik, tetapi juga sebagai alat komunikasi pemasaran yang memengaruhi persepsi kualitas dan keputusan pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, penggunaan botol tertutup berlabel serta desain kemasan yang informatif menjadi langkah strategis dalam membangun citra merek “Sambal Nanas Khas Ngancar”.

Penguatan legalitas usaha melalui pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, dan sertifikasi halal merupakan langkah penting dalam meningkatkan kredibilitas dan daya saing produk (Saharuddin et al., 2026).

Penerbitan NIB mengacu pada ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko, yang bertujuan memberikan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan bagi pelaku usaha. Selain itu, kewajiban sertifikasi halal sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 menegaskan pentingnya jaminan kehalalan produk makanan dan minuman dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk Muslim. (UU No. 33 Tahun 2014, n.d.) Sertifikasi halal terbukti tidak hanya berdimensi religius, tetapi juga memiliki implikasi ekonomi dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen. (Bpjph.Halal.Go.Id/Detail/Sertifikasi-Halal/, n.d.)

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program pendampingan produksi dan pemasaran sambal nanas berbasis PAR memberikan dampak multidimensional, baik pada aspek peningkatan keterampilan teknis, penguatan kelembagaan usaha, maupun peningkatan legalitas dan daya saing produk. Sinergi antara masyarakat, pemerintah kecamatan, dan instansi terkait menjadi faktor kunci keberhasilan program dalam mendorong pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi unggulan daerah.

5. Kesimpulan

Dusun Sumber Rejo dan Sumber Urip adalah dusun yang berada di Desa Manggis, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri, Jawa Timur yang memiliki perkebunan nanas yang sangat luas. Setelah melakukan mapping selama satu minggu kami menemukan dua masalah yang urgen di kedua dusun tersebut yaitu kebanyakan warga di dusun tersebut menjual hasil panen mereka secara langsung dan mereka masih kebingungan mengenai pemasaran ketika mereka telah membuat olahan dari nanas. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibuatlah inovasi untuk membuat produk sambal nanas guna meningkatkan ekonomi masyarakat dan mengadakan seminar pemasaran agar masyarakat memahami cara pemasaran produk yang benar.

Hasilnya adalah terciptanya produk sambal nanas yang diberi nama "Sambal Nanas Khas Ngancar" dengan kemasan dan label yang sangat menarik. Harapan kami adalah perekonomian di Desa Manggis Kecamatan Ngancar lebih dapat meningkat melalui produk sambal nanas ini dan masyarakat bisa membuat produk olahan sendiri serta dapat mempraktikkan materi pemasaran produk yang telah disampaikan.

References

- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2023). Laporan kinerja BPJPH 2023. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Amperawati, E. D., Ardhani, Z., Setiyadi, D., Jumaedi, J., & Kusmanto, H. (2026). Strategi Manajemen Pemasaran UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital: Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Jati Sampurna, Kota Bekasi. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 6(6), 1687–1694. <https://doi.org/10.54543/syntaximperatif.v6i6.946>
- Anas, Usada, U., Rahma, I. M., Nugraha, E. A., Kristanto, R., Firmansyah, A. R., Nabila, S., Rahmatullah, A., Muhimmatul 'Ulya, & Firmansyah, R. D. (2026). Legalisasi Usaha Mikro: Pelatihan dan Pendampingan NIB, P-IRT, dan Sertifikasi Halal Bagi UMKM Berbasis Digital Online Single Submission. *Nusantara Community Empowerment Review*, 4(1), 37–42. <https://doi.org/10.55732/qc6knj46>
- Asyiffa, M. R., Rozak, W. A., & Hadi, R. (2025). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm). *JURNAL ILMIAH PENELITIAN MAHASISWA*, 3(4), 584–591. <https://doi.org/10.61722/jipm.v3i4.1140>
- Bpjph.halal.go.id/detail/sertifikasi-halal/*. (n.d.). Retrieved February 15, 2026, from <https://bpjph.halal.go.id/detail/sertifikasi-halal>
- Fadila, P. C. N., & Yulianto, A. E. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM MOO BAKSO DI KABUPATEN SIDOARJO. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 14(10). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/6406>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Maharani, S., Safitri, S., & Hayati, F. (2024). Edukasi Pemanfaatan Buah Nanas sebagai Antioksidan untuk Meningkatkan Imunitas pada Remaja di MAN 1 Muaro Jambi. *Jurnal Abdimas Kesehatan (JAK)*, 6(3), 469–475. <https://doi.org/10.36565/jak.v6i3.740>
- Poli, K. J. A., Sondakh, J., & Sondakh, D. K. G. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pasar Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 5995–6009. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i4.20601>

- Purbowati, I. S. M., Maksum, A., & Wijonarko, G. (2025). ALIH TEKNOLOGI DIVERSIFIKASI OLAHAN BERBASIS NANAS SEBAGAI PRODUK UNGGULAN DESA KARANGJENGKOL PURBALINGGA. *Prosiding Seminar Nasional LPPM UNSOED*, 14, 612–618. <https://doi.org/10.20884/1.semnaslppm.2025.14.0.15314>
- Saharuddin, S., Amrullah, A., Rappe, A., Baharuddin, N., & Rifaldi, R. (2026). Pelatihan Digitalisasi Kewirausahaan, Literasi Keuangan Sederhana, dan Pendampingan Legalitas Usaha bagi UMKM di Desa Libureng Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru. *Celebes Journal of Community Services*, 5(1), 23–34. <https://doi.org/10.37531/celeb.v5i1.3435>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada Media.
- UU No. 33 Tahun 2014. (n.d.). Retrieved February 15, 2026, from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>