



Peningkatan Kapasitas Pokdarwis Pekunden Berbasis Diversifikasi Produk Wisata dalam Upaya Penguatan Ekonomi Lokal

Muhammad Amir Biky¹, Aditya Singgih Raharjo¹, Anindtya Wanda Permana¹

¹Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

Corresponding Author: muhammadamirbiky@ump.ac.id

Article History:

Received: 03-08-2026

Revised: 16-08-2026

Accepted: 29-08-2026

Keywords: Buah

Naga, Diversifikasi,
Identitas Lokal, Produk
Wisata, Strategi
Pemasaran

Abstract: Kabupaten Banyumas memiliki potensi pengembangan buah naga yang signifikan, salah satunya di Desa Wisata Pekunden (Dewi Denmas). Kebun seluas 4.200 m² yang dikelola Pokdarwis Wisanggeni mampu menghasilkan 450 kg buah naga per bulan. Namun, rendahnya diversifikasi produk, belum terintegrasinya komoditas ke dalam paket wisata, serta terbatasnya pemasaran digital menyebabkan 100–200 kg buah per panen terbuang dan potensi agrowisata belum optimal dalam mendukung perekonomian desa. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan pengolahan buah naga menjadi produk bernilai jual tinggi, seperti teh celup, dodol, stik, dan es krim buah naga, serta keterampilan memasarkan produk melalui paket wisata dan e-commerce. Metode Participatory Learning and Action (PLA) dengan melibatkan anggota Pokdarwis Desa Pekunden dan masyarakat sekitar di setiap tahapan, mulai dari sosialisasi hingga evaluasi. Program mencakup pelatihan dan penerapan teknologi untuk diversifikasi produk wisata yang ramah lingkungan, dengan menonjolkan identitas lokal sebagai strategi peningkatan daya saing dan perluasan pasar. Kegiatan ini dirancang untuk mendorong inovasi olahan, memperkuat pengalaman agrowisata, serta mentransformasi promosi desa ke ekosistem digital, guna meningkatkan efisiensi usaha dan nilai tambah ekonomi lokal secara berkelanjutan. Hasil dari pemberdayaan dan pelatihan sebesar 10-100% menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan buah naga, peningkatan pengetahuan umum, peningkatan pengetahuan tentang diversifikasi produk, legalitas, dan nilai tambah produk. Keseluruhan mitra terdorong untuk memasarkan produk melalui e-commerce dan mendukung kegiatan wisata Desa Pekunden melalui produk wisata. Keberlanjutan program diwujudkan melalui pemanfaatan peralatan produksi dan pembentukan kelompok industri olahan buah naga dengan hasil evaluasi berkategori sangat baik.

© 2026 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi pertanian hortikultura yang terus berkembang, khususnya pada komoditas buah naga. Dalam beberapa tahun terakhir, Kabupaten Banyumas tercatat

sebagai daerah dengan peningkatan produksi buah naga yang signifikan, menempati posisi kedua berdasarkan perbandingan jumlah rumpun dan hasil produksi (Sultoni et al., 2024). Konsistensi peningkatan produksi selama dua tahun terakhir menunjukkan adanya komitmen dan peluang besar dalam optimalisasi komoditas buah naga sebagai penggerak ekonomi lokal berbasis pertanian dan pariwisata. Salah satu sentra pengembangan buah naga tersebut berada di Desa Wisata Pekunden, Banyumas, yang sering dikenal dengan Dewi Denmas, yang berada di Desa Pekunden Tengah, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas, yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Wisanggeni. Desa ini terkenal sebagai desa wisata kreatif yang memiliki konsep edukasi bukan alam (Sinaga et al., 2023).

Saat ini, mitra Pokdarwis mengelola kebun buah naga seluas $\pm 4.200 \text{ m}^2$ dengan jarak tanam 2×3 meter. Pola panen berlangsung dua kali dalam satu bulan dengan rata-rata panen rutin buah naga sebanyak 450 kg per bulan, serta panen raya yang terjadi pada awal dan akhir tahun. Menurut pengelola kebun buah naga Bapak T dan Ketua Pokdarwis, produk buah naga masih bertumpu pada penjualan buah segar tanpa olahan dan tanpa integrasi ke dalam paket wisata. Buah yang dapat terjual hanya berkisar setengah dari total produk, yaitu sekitar 100–150 kg dalam bentuk buah segar, sementara 100–200 kg sisanya rusak, kecil, atau membusuk dan dijual dengan harga murah atau dibiarkan terbuang dan menjadi limbah, sehingga menyebabkan pengelola kebun buah naga merugi. Selain itu, Agrowisata Kebun Buah Naga membuka kunjungan wisatawan dengan menawarkan panorama kebun dan pengalaman panen langsung dengan panduan teknik panen yang benar. Namun, kunjungan yang terjadi hampir setiap minggu masih didominasi wisatawan lokal dan belum menjangkau pasar wisata yang lebih luas. Hal ini disampaikan oleh ketua pokdarwis, Bapak R, bahwa atraksi-atraksi tersebut dirancang untuk memberikan pengalaman wisata berbasis pengetahuan dan kearifan lokal.

Pokdarwis Wisanggeni dibentuk pada 2017 oleh pemerintah desa sebagai program prioritas arahan Pemkab Banyumas, dan diperbarui melalui Surat Keputusan Nomor 556/41 Tahun 2025 yang menetapkan 20 orang sebagai pengurus. Kelompok Sadar Wisata tersebut bernama “Wisanggeni” dan merupakan akronim dari bahasa Jawa “wisata anggawe ngangeni” yang memiliki makna wisata yang menimbulkan rasa kangen. Keunikan wisata kreatif dan edukatif tersebut mengantarkan Desa Wisata Pekunden masuk dalam kategori sepuluh besar desa wisata tingkat Provinsi Jawa Tengah serta menjadi satu-satunya desa wisata kreatif di Kabupaten Banyumas (Setyawati et al., 2024). Capaian ini menunjukkan potensi besar sebagai model pengembangan desa wisata berbasis komoditas unggulan lokal. Meskipun Desa Wisata Pekunden telah meraih juara pertama, pemanfaatan potensi tersebut belum sepenuhnya optimal, dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Pokdarwis Wisanggeni yang menunjukkan bahwa dalam aspek produksi hingga saat ini belum ada produk wisata khas buah naga bernilai tambah tinggi, dan aspek pemasaran belum terbentuknya promosi wisata secara digital sehingga belum mampu menjangkau masyarakat secara luas karena keterbatasan keterampilan dan pengetahuan. Keterbatasan strategi promosi digital berdampak pada rendahnya tingkat kunjungan dan belum terbentuknya citra desa wisata yang kuat di tingkat regional maupun nasional (Deliana, 2023). Wisata di kebun buah naga yang tersedia masih terbatas pada aktivitas petik buah dan kunjungan ke kebun.



Gambar 1. Suasana Kebun Naga Desa Pekunden

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Pokdarwis Wisanggeni, didapati permasalahan yang menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya lokal yang dimiliki dengan strategi pengelolaan dan pengembangan wisata buah naga sebagai produk wisata unggulan. Menurut (Sudiarti et al., 2025), pengembangan ekonomi kreatif desa wisata perlu strategi kolaboratif berbasis potensi lokal agar desa tidak hanya menjadi destinasi, tetapi juga pusat produksi dan inovasi yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan sosial ekonomi masyarakat melalui pengembangan industri kreatif berbasis potensi lokal desa wisata, sekaligus menjaga kelestarian budaya dengan melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama pariwisata (Sugiarti et al., 2016).



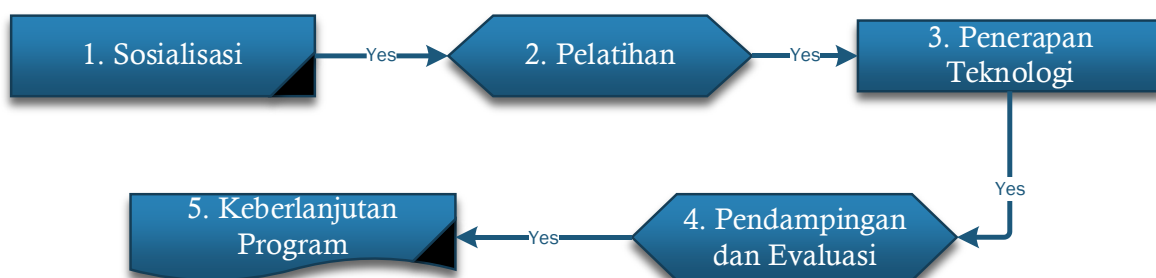
Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Kunjungan dan Hasil Wawancara dengan Pengurus Pokdarwis Wisanggeni

Kegiatan ini berfokus untuk mengembangkan agrowisata berbasis kebun buah naga sebagai atraksi unggulan desa, meningkatkan kapasitas promosi destinasi melalui produksi konten visual, serta memperkuat kemandirian ekonomi dan kapasitas usaha Pokdarwis Wisanggeni melalui diversifikasi produk wisata bernilai tambah yang meliputi teh celup buah naga, dodol buah naga, stik buah naga dan es krim buah naga. Strategi pengembangan dilakukan berbasis optimalisasi rantai nilai buah naga secara terpadu, termasuk pemanfaatan kulit dan biji sebagai sumber nilai tambah produk berkelanjutan, sehingga mampu mendorong diferensiasi destinasi, memperluas jangkauan promosi

wisata, dan menciptakan model usaha agrowisata yang adaptif, berdaya saing, serta berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah *Participatory Learning and Action* (PLA). Metode ini secara umum berbasis pada keterlibatan masyarakat secara menyeluruh mulai dari studi awal, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi. Metode PLA mengajak masyarakat untuk berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan pembangunan maupun pengembangan masyarakat (Putri et al., 2022). Dengan menggunakan metode ini, diharapkan partisipasi langsung dari masyarakat yang akan membuat setiap anggota Pokdarwis Wisanggeni dapat menganalisis keadaan dan saling membantu dalam mengasah pelatihan yang diberikan. Sehingga anggota kelompok dan masyarakat sekitar dapat berkembang secara bertahap pasca kegiatan pemberdayaan masyarakat ini selesai. Bagan 1 menggambarkan urutan metode kegiatan yang dilakukan secara sistematis.



Bagan 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. **Sosialisasi.** Kegiatan sosialisasi dilakukan pertama kali pada awal pertemuan dengan pengurus Pokdarwis Wisanggeni yang dihadiri langsung oleh ketua dan wakil ketua Pokdarwis. Sosialisasi bertujuan untuk mempersiapkan seluruh partisipan untuk menjalani kegiatan dari awal hingga akhir dan menyepakati jadwal pelaksanaan. Sosialisasi dilakukan dengan cara memaparkan setiap jenis pelatihan yang akan dilakukan. Pada kegiatan ini juga dipaparkan materi tentang manfaat dari setiap kegiatan pelatihan, benefit yang diperoleh anggota kelompok, dan target capaian dari program ini. Dengan demikian, setiap anggota kelompok akan siap mengikuti rangkaian kegiatan hingga akhir. Seluruh materi pada kegiatan sosialisasi ini disampaikan oleh Muhammad Amir Biky, S.P., M.P., dan seluruh tim.
2. **Pelatihan.** Kegiatan pelatihan dilakukan secara bertahap mulai dari transfer knowledge tentang inovasi olahan buah naga yang ramah lingkungan dan standar keamanan pangan, praktik pembuatan produk diversifikasi olahan buah naga, pendampingan manajemen usaha dan kelembagaan, serta strategi pemasaran (pelatihan *branding* dan desain kemasan identitas lokal) hingga optimalisasi pemasaran digital dan *marketplace*. Rincian kegiatan pemberian materi pelatihan yang disampaikan adalah sebagai berikut:
 - a. Materi potensi inovasi olahan buah naga yang ramah lingkungan dan pengantar standar keamanan pangan CPPB-IRT disampaikan oleh Apt. Aditya Singgih Raharjo, M.Farm.

- b. Materi pelatihan dan pendampingan manajemen usaha dan kelembagaan oleh Muhammad Amir Biky, S.P., M.P., dan dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan produk diversifikasi olahan buah naga dan didampingi oleh tenaga teknis dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas.
 - c. Pelatihan keterampilan pembuatan branding dan desain kemasan dengan pendekatan identitas lokal disampaikan oleh Anintya Wanda Permana, S.Sn., M.Sn
 - d. Pelatihan keterampilan strategi pemasaran, menentukan saluran dan media pemasaran digital yang tepat oleh Muhammad Amir Biky, S.P., M.P.
3. **Penerapan Teknologi.** Setelah pemaparan materi pelatihan, para anggota kelompok akan melanjutkan secara langsung dan bertahap dalam menerapkan materi pelatihan. Langkah-langkah inti penerapan materi pelatihan adalah:
- Kesatu.** Difokuskan pada penguatan pemahaman teknologi pengolahan buah naga yang ramah lingkungan dan memenuhi standar keamanan pangan. Peserta dikenalkan pada penerapan CPPB-IRT, sanitasi alat dan ruang produksi, serta penggunaan peralatan food grade untuk menjamin keamanan dan mutu produk.
- Kedua.** Penerapan teknologi diversifikasi produk. Penerapan teknologi dalam program diversifikasi produk ini berfokus pada transfer dan implementasi hasil penelitian tim yang menunjukkan bahwa pengolahan produk berbasis pendekatan ilmiah mampu meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar (Biky & Hermawan, 2025). Pendekatan ini diwujudkan melalui pemanfaatan teknik pengolahan terstandar untuk menghasilkan produk pangan inovatif bernilai tambah. Selain itu, inovasi juga diarahkan pada optimalisasi pemanfaatan seluruh bagian buah naga yang tersedia di lokasi mitra melalui proses formulasi berbasis teknologi tepat guna, sehingga menghasilkan produk turunan bernilai ekonomi, seperti dodol buah naga, teh buah naga, dan stik buah naga.
- Ketiga.** Menitikberatkan pada penerapan teknologi manajemen usaha. Peserta didampingi dalam penggunaan sistem pencatatan usaha digital sederhana, penyusunan SOP produksi, serta pembagian tugas kelembagaan agar pengelolaan usaha lebih tertata dan profesional.
- Keempat.** Berfokus pada teknologi branding dan desain kemasan. Peserta memanfaatkan aplikasi desain untuk menghasilkan kemasan produk beridentitas lokal serta menerapkan teknologi kemasan modern guna meningkatkan daya tarik dan daya saing produk. Tahap pengemasan dan labelling dengan pendekatan ekonomi lokal merupakan bentuk strategi pemasaran yang penting untuk meningkatkan nilai jual produk (Hutauruk et al., 2024).
- Kelima.** Diarahkan pada penerapan teknologi pemasaran digital. Peserta dibekali keterampilan memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan, sekaligus memahami analisis sederhana untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk.
4. **Pendampingan & Evaluasi.** Selama proses penerapan teknologi, kegiatan ini didampingi secara terus-menerus oleh mahasiswa yang terlibat. Selain anggota mahasiswa, anggota pengabdian juga terus memantau dan mendampingi secara

langsung proses pendampingan sampai seluruh anggota kelompok dapat mandiri. Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pascapelatihan kepada mitra, yang terbukti efektif digunakan untuk mengukur respons responden secara sesuai (Kusumadati et al., 2025). Selanjutnya, mitra diminta untuk memberikan kesan dan pesan terkait kegiatan pengabdian ini.

5. **Keberlanjutan Program.** Program ini dirancang untuk berkelanjutan dengan memastikan sarana dan prasarana yang telah diberikan terus dimanfaatkan sebagai basis usaha produktif oleh anggota kelompok. Pemanfaatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan perekonomian anggota secara bertahap dan terukur, sekaligus memberikan dampak sosial melalui penguatan pelayanan di bidang ekonomi dan pemasaran. Produk hasil pelatihan akan diuji laboratorium sesuai standar CPPB-IRT sebagai jaminan keamanan dan kebersihan pangan. Selanjutnya, pengembangan label dan kemasan dilakukan dengan pendekatan ekonomi lokal untuk menegaskan identitas Desa Wisata Pekunden, yang diikuti dengan optimalisasi pemasaran berbasis digital. Keberlanjutan program ini tidak hanya memperkuat kapasitas dan kemandirian kelompok, tetapi juga membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, program ini berpotensi menjadi model percontohan pengembangan ekonomi lokal berbasis inovasi produk wisata buah naga, pengelolaan limbah organik, peningkatan akses teknologi dan pasar, serta penguatan kepariwisataan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Survei dan Dikusi

Kegiatan pengabdian ini terlaksana setelah mendapatkan data melalui survei dan diskusi bersama mitra. Mitra dalam kegiatan ini adalah Pokdarwis Wisanggeni dan masyarakat sekitar yang sebagian besar anggotanya merupakan ibu rumah tangga, pengurus Pokdarwis sekaligus pemilik kebun buah naga. Mitra mengungkapkan keinginan untuk mengoptimalkan hasil pertanian melalui pemanfaatan sumber daya lokal dengan menerapkan teknologi tepat guna.

Pokdarwis Pekunden memiliki potensi sumber daya lokal yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi produk wisata yang memiliki nilai tambah ekonomi. Potensi tersebut tidak hanya berasal dari hasil pertanian dan perkebunan masyarakat, tetapi juga dari aktivitas, kreativitas, serta pengetahuan lokal yang dimiliki oleh anggota Pokdarwis. Meskipun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dikembangkan menjadi produk wisata yang beragam dan memiliki daya tarik pasar. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas mitra, khususnya dalam hal pengolahan bahan lokal, inovasi produk, pengemasan, serta pengembangan produk yang memiliki karakter dan identitas khas Pekunden. Peningkatan kapasitas anggota Pokdarwis agar mampu mengidentifikasi potensi lokal, mengembangkan produk wisata yang lebih inovatif, serta memanfaatkan media pemasaran yang sesuai dengan perkembangan kebutuhan konsumen.

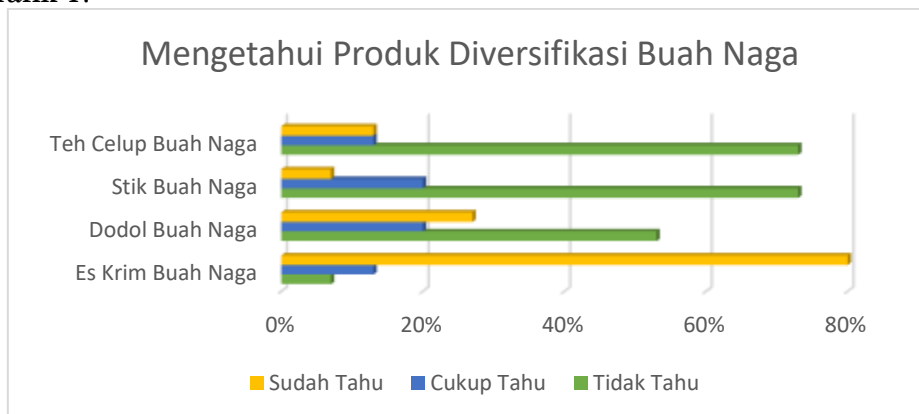
Dengan demikian, peningkatan kapasitas Pokdarwis Pekunden melalui diversifikasi produk wisata diharapkan dapat membangun ekosistem ekonomi lokal yang lebih produktif. Penguatan kemampuan masyarakat dalam mengolah dan memasarkan potensi lokal menjadi produk wisata bernilai tambah dapat menciptakan peluang usaha baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, sekaligus memperkuat daya tarik Pekunden sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal. Strategi tersebut menjadi bagian penting

dalam mendorong kemandirian Pokdarwis dan masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil diskusi, diketahui bahwa pokdarwis Wisanggeni telah memiliki beberapa produk seperti Nopia dan Manggleng sebagai produk wisata. Namun, inovasi produk yang dihasilkan melalui pengolahan pertanian kurang variatif disebabkan oleh keterbatasan alat teknologi serta sistem pemasaran yang masih bersifat konvensional. Maka, diversifikasi produk wisata menjadi salah satu strategi yang relevan untuk meningkatkan nilai tambah sumber daya lokal sekaligus memperluas peluang ekonomi masyarakat. Melalui diversifikasi, hasil pertanian dan potensi lokal tidak hanya dipasarkan dalam bentuk bahan mentah, tetapi juga dapat diolah menjadi berbagai produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi dan dapat menjadi bagian dari pengalaman wisata. Pengembangan tersebut diharapkan mampu mendorong terciptanya produk unggulan yang dapat dipasarkan sebagai oleh-oleh maupun produk pendukung kegiatan wisata di Pekunden.

Penyampaian Materi dan Praktik

Kegiatan ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu: pertama, penyampaian materi inovasi olahan buah naga yang ramah lingkungan dan standar keamanan pangan, pelatihan branding dan desain kemasan, dan pelatihan keterampilan dan strategi pemasaran. Serta yang kedua adalah praktik pembuatan olahan produk pada 4 produk turunan buah naga (teh celup buah naga, stik buah naga, dodol buah naga, dan es krim buah naga). Sebelum penyampaian materi, pelatihan diawali dengan pengisian kuesioner pra-praktik oleh mitra. Berdasarkan hasil pre-test, tingkat pengetahuan mitra mengenai diversifikasi produk olahan buah naga masih tergolong rendah, sebagaimana ditunjukkan pada Grafik 1.



Grafik 1. Pemahaman mitra terhadap produk olahan buah naga

Mayoritas responden ($\pm 80\%$) tidak mengetahui bahwa kulit buah naga dapat diolah menjadi produk teh celup. Demikian pula dengan produk stik buah naga, sebanyak $\pm 70\%$ responden mengaku belum pernah mengetahui atau mengenal produk tersebut. Sementara itu, produk dodol buah naga memiliki tingkat pengenalan yang relatif lebih baik, dengan $\pm 50\%$ responden menyatakan telah mengetahui produk dodol buah naga, Sementara itu, sebanyak $\pm 80\%$ mitra sudah mengetahui bahwa buah naga dapat diolah menjadi es krim buah naga. Setelah *pre-test*, mitra menyimak pemaparan materi oleh narasumber sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3, mengenai proses diversifikasi olahan buah naga secara runtut, dimulai dari pemilihan buah naga, resep baku untuk memproduksi teh celup, dodol, stik dan es krim buah naga hingga teknik pengemasan dengan pendekatan identitas lokal.



Gambar 3. Pemaparan materi produk olahan diversifikasi buah naga
(Sumber: Tim PkM UMP, 2026)

Lebih lanjut, penyampaian materi terkait pemanfaatan *e-commerce* seperti mengoptimalkan layanan Google berupa *search engine optimization* (seo) untuk membuat toko digital dan menjual produk, kemudian membuat toko online di Shopee serta Instagram Ads yang cenderung lebih spesifik untuk menemukan dan menjangkau calon konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran. Peserta sangat kooperatif dan antusias dalam tanya jawab dengan narasumber.



Gambar 4. Pembuatan produk diversifikasi olahan buah naga
(Sumber: Tim PkM UMP, 2026)

Tahap kedua berupa praktik pembuatan berbagai produk olahan buah naga, yaitu teh celup, dodol, stik, dan es krim, serta demonstrasi pengoperasian alat teknologi tepat guna, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4. Praktik pengolahan diawali dengan pemetikan dan pemilahan buah naga dari kebun yang berada di sekitar lokasi pelatihan. Bahan baku yang digunakan merupakan buah naga sisa panen yang tidak memenuhi standar penjualan sebagai buah segar, terutama karena bentuk atau ukurannya tidak sesuai dengan kriteria pasar, tetapi masih dalam kondisi baik dan layak diolah. Produk pertama yang dibuat adalah teh celup kulit buah naga. Kulit buah dipisahkan dari dagingnya, kemudian dipilih yang masih segar, dicuci hingga bersih, dan diiris tipis agar proses pengeringan berlangsung merata. Selanjutnya, irisan kulit dikeringkan menggunakan food dehydrator untuk mempercepat dan meningkatkan efisiensi proses pengeringan. Setelah benar-benar kering, kulit buah naga dihaluskan menggunakan blender dan diayak untuk memperoleh serbuk dengan ukuran yang lebih seragam. Serbuk kulit buah naga kemudian dimasukkan ke dalam kantong teh celup dan dikemas menjadi produk teh kulit buah naga

yang praktis, bernilai tambah, serta mendukung pemanfaatan hasil panen secara lebih optimal.

Pada saat proses pengeringan kulit buah naga untuk teh celup berlangsung, peserta secara bersamaan mengolah daging buahnya menjadi produk kedua, yaitu dodol buah naga. Pemanfaatan kedua bagian buah tersebut dilakukan untuk mengurangi sisa bahan sekaligus meningkatkan nilai ekonominya. Daging buah naga terlebih dahulu dihaluskan, kemudian dicampurkan dengan gula, santan, tepung ketan, tepung beras, agar-agar, dan garam sesuai formulasi yang telah ditentukan. Seluruh bahan diaduk dalam baskom hingga tercampur merata, lalu dipindahkan ke wajan besar dan dimasak sambil terus diaduk sampai adonan matang, mengental, tidak lengket, dan mencapai tekstur kalis. Setelah matang, adonan dituangkan ke dalam nampan dan didiamkan hingga dingin serta cukup padat. Dodol kemudian dipotong dan dibentuk dengan ukuran yang seragam sesuai standar produk, lalu dikemas secara higienis.

Sementara menunggu dodol buah naga dingin dan memadat, peserta melanjutkan praktik pembuatan produk ketiga, yaitu stik buah naga. Proses dimulai dengan menghaluskan daging buah naga dan bumbu, kemudian mencampurkannya dengan tepung terigu, tepung tapioka, mentega, telur, dan kaldu ayam sesuai formulasi yang telah ditentukan. Seluruh bahan diuleni hingga menghasilkan adonan yang kalis, tidak lengket, dan mudah dibentuk, sedangkan garam dapat ditambahkan secukupnya setelah dilakukan pengecekan rasa. Adonan kemudian dipipihkan dan digiling menggunakan mesin molen secara bertahap hingga membentuk lembaran dengan ketebalan yang seragam. Selanjutnya, lembaran adonan dimasukkan ke dalam cetakan mi dan dipotong dengan ukuran yang relatif sama. Potongan stik digoreng dalam minyak panas hingga matang, berwarna kuning kecokelatan, dan bertekstur renyah. Setelah ditiriskan dan didinginkan hingga mencapai suhu ruang, stik buah naga ditimbang sesuai standar berat setiap kemasan, lalu dimasukkan ke dalam kemasan pouch dan ditutup rapat agar kualitas serta kerenyehannya tetap terjaga sebelum dipasarkan.

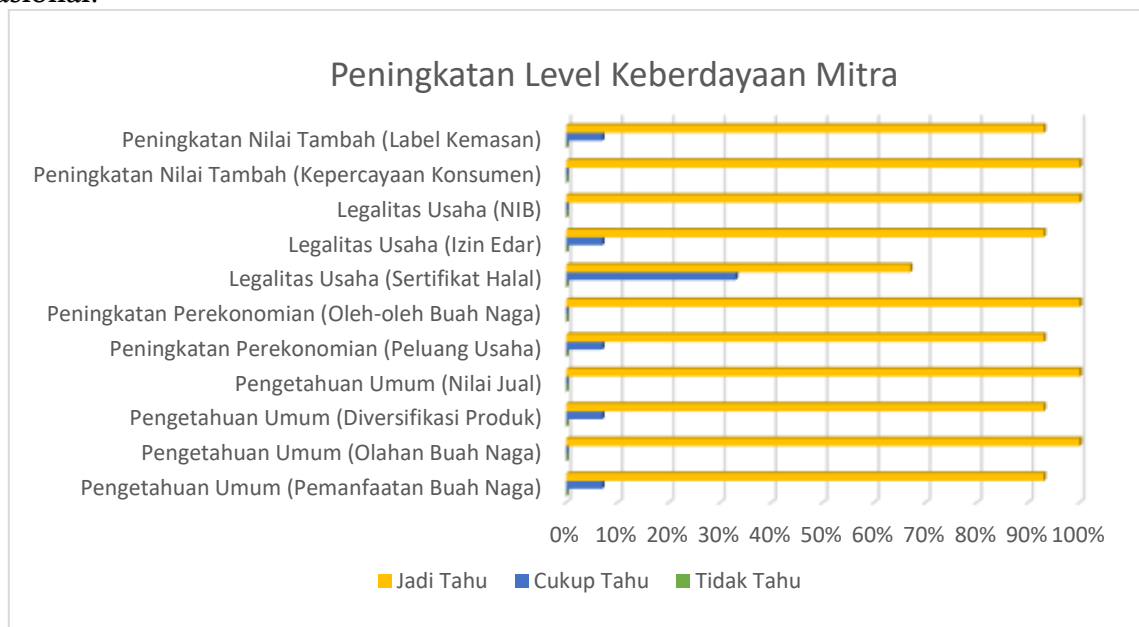
Pada saat stik buah naga didinginkan sebelum dikemas, peserta melanjutkan praktik pembuatan produk terakhir, yaitu es krim buah naga. Proses dimulai dengan menyiapkan air es bersuhu rendah, daging buah naga yang telah dihaluskan, bubuk es krim, dan susu kental manis sesuai formulasi yang ditentukan. Seluruh bahan dicampurkan, kemudian dikocok menggunakan mixer hingga adonan mengembang, mengental, dan membentuk tekstur yang cukup kaku. Adonan selanjutnya dituangkan ke dalam cetakan dengan volume yang seragam pada setiap wadah, lalu ditutup rapat untuk menjaga kebersihan produk. Setelah itu, cetakan dimasukkan ke dalam freezer pada suhu sekitar -18°C selama kurang lebih 6–8 jam atau hingga es krim membeku sempurna. Produk yang telah membeku kemudian siap diberi label, disimpan dalam kondisi beku, dan dipasarkan sebagai salah satu produk olahan buah naga. Melalui proses ini, buah naga yang tidak memenuhi standar penjualan buah segar dapat dimanfaatkan secara optimal, yaitu kulitnya sebagai bahan teh celup dan daging buahnya sebagai produk dodol, stik, dan es krim buah naga yang siap dipasarkan.

Indikator Ketercapaian Kegiatan Pengabdian

Setelah demo pembuatan produk diversifikasi olahan buah naga dan *e-commerce*, dilakukan uji pemahaman mitra terhadap produk yang akan dikomersialkan. Berdasarkan aspek pengolahan, mitra menyepakati bahwa pembuatan teh celup, dodol, stik, dan es krim buah naga mudah untuk diproduksi dalam skala besar.

Hasil evaluasi pada Grafik 2 menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta mengenai diversifikasi produk olahan buah naga, legalitas usaha, dan pemanfaatan e-

commerce setelah mengikuti kegiatan pemaparan materi dan demonstrasi. Hal ini ditandai dengan nilai kuesioner lebih dari 90% yang menjawab tentang peningkatan level keberdayaan mitra. Hal ini juga dikarenakan sebagian peserta pernah memasarkan produk-produk mereka melalui media seperti Facebook dan WhatsApp. Sehingga pengenalan optimalisasi toko online dengan penerapan SEO, aplikasi Shopee, dan Instagram Ads akan semakin memudahkan mitra menjaring konsumen lokal maupun nasional.



Grafik 2. Peningkatan level keberdayaan mitra

Evaluasi Kegiatan

Terdapat tiga kriteria evaluasi pada tahap ini yang meliputi aspek produksi, aspek manajemen usaha, dan aspek pemasaran. Ketersediaan bahan utama relatif mudah didapat di Desa Pekunden, Banyumas, dari buah afkir atau tidak layak jual. Selain itu, ketersediaan SDM dalam hal ini peserta pelatihan, yaitu masyarakat Desa Pekunden, Kelompok Sadar Wisata Wisanggeni, dan pemilik kebun buah naga, dengan pengetahuan yang diperoleh saat pelatihan, diharapkan mampu memanfaatkan peluang usaha buah naga bernilai ekonomi.

Evaluasi kriteria prosedur menunjukkan bahwa teknologi yang diberikan kepada mitra adalah teknologi tepat guna dan mudah dioperasikan untuk proses awal pengembangan produk serta memiliki kapasitas produksi dan teknologi yang tepat sesuai dengan kebutuhan mitra, sehingga target penjualan untuk para pengunjung desa wisata dan *e-commerce* dapat terpenuhi.

Setelah penyampaian materi dan praktik pembuatan olahan produk buah naga selesai dilakukan, seluruh masyarakat dan kelompok sadar wisata merasakan manfaat secara langsung, dibuktikan dengan hasil pre-test dan post-test yang sudah dilakukan. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test terhadap 15 peserta, kegiatan pemberdayaan menunjukkan peningkatan level keberdayaan mitra pada aspek produksi, pemasaran, dan pengembangan produk utama. Pada aspek produksi, hasil post-test menunjukkan seluruh peserta (100%) telah mengetahui proses pengolahan buah naga, sedangkan pengetahuan mengenai diversifikasi dan pemanfaatan buah naga masing-masing mencapai 93,33% atau

14 peserta. Hasil tersebut memperlihatkan meningkatnya kapasitas mitra dalam mengolah bahan baku lokal menjadi produk yang lebih beragam dan bernilai tambah.

Pada aspek pemasaran, seluruh peserta (100%) telah memahami pentingnya peningkatan kepercayaan konsumen dan legalitas usaha melalui kepemilikan NIB. Pemahaman mengenai penggunaan label kemasan dan pengurusan izin edar masing-masing mencapai 93,33%, sedangkan 66,67% peserta telah memahami sertifikasi halal dan 33,33% lainnya berada pada kategori cukup tahu. Peningkatan ini menunjukkan bahwa mitra semakin memahami pentingnya identitas produk, kemasan, legalitas, dan jaminan mutu dalam meningkatkan daya saing produk. Maka dari itu, diperlukan pendampingan lanjutan dalam penerapan branding, kualitas kemasan, legalitas, dan strategi komunikasi pemasaran.

Dilihat dari produk utama dan dampak kebermanfaatannya, seluruh peserta (100%) memahami bahwa produk olahan buah naga dapat dikembangkan sebagai oleh-oleh khas Desa Wisata Pekunden. Sebanyak 93,33% peserta juga mengetahui peluang usaha yang dapat dihasilkan dari pengembangan produk tersebut. Dengan demikian, kegiatan pemberdayaan telah memberikan dampak positif berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan mitra dalam menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan layak dipasarkan. Peningkatan kapasitas tersebut menjadi dasar untuk meningkatkan produktivitas, nilai ekonomi buah naga, peluang usaha, dan keberlanjutan kegiatan ekonomi masyarakat.

Selanjutnya, evaluasi mengenai kebermanfaatan, dalam hal ini, mitra memberikan kategori sangat baik pada pelatihan ini. Mitra juga mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan buah naga, peningkatan pengetahuan umum, peningkatan pengetahuan tentang diversifikasi produk, legalitas, dan nilai tambah produk. Tentu, hal ini membuat mitra terdorong untuk lebih giat dalam *entrepreneurship*, terlihat dari kategori sangat baik. Selain itu, evaluasi terhadap aplikasi *e-commerce*, yaitu penerapan SEO, Shopee, dan Instagram Ads, masuk kategori sangat baik.

Hasil pengabdian ini sejalan dengan (Kusumadati et al., 2025) yang menyatakan bahwa pemberdayaan dan pelatihan olahan buah naga dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah buah naga dari 10% menjadi 100%, dan juga mitra terdorong untuk memasarkan produk menggunakan *e-commerce* mencapai 80%. Selain itu, hasil evaluasi berada pada kategori penilaian sangat baik. Hasil pengabdian serupa yang dilakukan oleh (Roza & Suminten, 2020) menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pengetahuan tentang teknik pengolahan buah naga menjadi bermacam-macam produk olahan. Setelah mendapatkan pengalaman pembuatan secara langsung produk-produk olahan buah naga, peserta merasakan manfaat secara langsung dan menjadikan bekal untuk peningkatan jiwa kewirausahaan bagi peserta pelatihan.

Dampak Kegiatan terhadap Kelompok Sadar Wisata Wisanggeni dan Masyarakat

Kegiatan pemberdayaan memberikan dampak positif terhadap Pokdarwis Wisanggeni dan masyarakat Desa Pekunden pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pada aspek produksi, pengetahuan umum mitra meningkat dan mampu memanfaatkan buah naga afkir atau yang tidak memenuhi standar penjualan segar menjadi teh celup, dodol, stik, dan es krim dengan dukungan teknologi tepat guna. Pada aspek manajemen usaha, mitra semakin memahami pentingnya standarisasi produksi, pembagian peran, pengendalian mutu, legalitas usaha, izin edar, sertifikasi halal, serta pengemasan produk. Pada aspek pemasaran, mitra mampu mengembangkan produk sebagai oleh-oleh khas desa wisata serta memperoleh keterampilan awal dalam memanfaatkan *e-commerce*, SEO, Shopee, dan Instagram untuk memperluas jangkauan

pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Secara keseluruhan, kegiatan ini meningkatkan pengetahuan, keterampilan, motivasi kewirausahaan, dan kesiapan mitra dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Dampak tersebut menjadi landasan untuk meningkatkan produktivitas pertanian, nilai ekonomi buah naga, peluang pendapatan masyarakat, dan keberlanjutan Desa Wisata Pekunden, meskipun pendampingan lanjutan tetap diperlukan agar kemampuan yang diperoleh dapat diterapkan secara mandiri dan terukur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul Peningkatan Kapasitas Pokdarwis Pekunden Berbasis Diversifikasi Produk Wisata Dalam Upaya Penguatan Ekonomi Lokal telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan ini terdiri dari serangkaian tahapan, yaitu survei dan diskusi awal. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi, pengisian kuesioner pra-pelatihan, dan penyampaian materi. Selanjutnya, pelatihan dan praktik secara langsung dalam penerapan teknologi yang digunakan untuk diversifikasi produk serta pengisian kuesioner pascapelatihan. Kemudian dilakukan pendampingan dan evaluasi pascakegiatan untuk mengukur keberlanjutan program yang telah dilakukan.

Mitra yang turut hadir dalam kegiatan ini berjumlah 15 orang yang pada pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi 3 kelompok, di mana masing-masing kelompok berisi 5 orang. Dan terdapat 5 informan kunci, yaitu kepala Desa Pekunden, ketua dan pengurus Kelompok Sadar Wisata Wisanggeni, dan pengelola Kebun Buah Naga. Semua mitra telah memahami proses produksi dan pembuatan produk olahan buah naga, pengemasan, pelabelan, dan pengujian penyusunan paket wisata berbasis buah naga dari 10% menjadi 100%.

Kegiatan pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan 15 peserta serta memperkuat kapasitas Pokdarwis Wisanggeni dalam mengembangkan empat produk olahan buah naga, yaitu teh celup, dodol, stik, dan es krim. Kegiatan ini juga menghasilkan modul dan SOP produksi, pemanfaatan kulit buah naga, tiga desain kemasan beridentitas lokal "Wisanggeni", panduan kelembagaan, paket wisata, konten promosi, akun media sosial, marketplace, serta etalase produk sebagai pendukung produksi dan pemasaran yang berkelanjutan. Adapun saran dari kegiatan ini adalah memperkuat kerja sama dengan pengelola kebun untuk menjamin keberlanjutan bahan baku dan produksi. Promosi produk perlu dilakukan secara konsisten melalui kemitraan, media sosial, dan marketplace. Selain itu, masih perlu dilakukan pembentukan legalitas dan inovasi pengembangan produk olahan lain yang berbasis buah naga dan limbah kulitnya sesuai dengan tren pasar, yang diharapkan dapat menjadi produk khas kuliner Kabupaten Banyumas, khususnya di Kecamatan Banyumas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Purwokerto mengucapkan terima kasih banyak kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi tahun 2026 yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini. Kami juga mengucapkan terima kasih atas dukungan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Pemerintah Desa Pekunden Banyumas, Pengurus Kelompok Sadar Wisanggeni, dan masyarakat Desa Pekunden yang telah membantu jalannya kegiatan sehingga dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Biky, M. A., & Hermawan, A. (2025). Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kakao Indonesia di Pasar Global. *Agroteksos: Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian*, 35(1), 01–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/agroteksos.v35i1.1283>
- Deliana, D. (2023). Pengembangan Kampung Nopia Banyumas sebagai Wisata Edutourism. *Kaizen: Jurnal Multi Disiplin Ilmu Islam*, 1(1), 01–07.
- Hutauruk, F. N., Dewi, K., & Siregar, A. Z. (2024). Pentingnya Pembuatan Kemasan Serta Labeling Home Industri Kue Basah dan Kue Kering Kecamatan Medan Selayang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat (Ji-SOMBA)*, 3(2), 52–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.52943/ji-somba.v3i2.1679>
- Kusumadati, W., Lestari, R. W., & Fitriah, U. N. (2025). Pemberdayaan Kelompok Tani Uni Hapakat Melalui Diversifikasi Olahan Buah Naga Bernilai Ekonomi. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 240–247. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v6i1.580>
- Putri, A., Meidiana Rahmah, E., Rifanela, H., Qonita, N. B., & Tawfikurrohman. (2022). Penerapan Teknik Participatory Rural Appraisal (PRA) Dalam Menangani Permasalahan Lingkungan di Desa Sukamaju Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(20), 378–385. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7243114>
- Roza, L., & Suminten, N. (2020). Teknologi Pengoahan dan Pengemasan Produk Olahan Buah Naga Guna Peningkatan Jiwa Kewirausahaan Anggota Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga Kecamatan Ciracas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 6(3). <https://doi.org/10.22146/jpkm.51960>
- Setyawati, E., Wibowo, A., Racma, D. F., Widiastuti, R. Y., & Adilla, A. (2024). Peningkatan Pemberdayaan Kampung Wisata Nopia Sebagai Destinasi Wisata Oleh-oleh Khas Banyumas. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(2), 195–202. <https://doi.org/10.36982/jam.v8i2.4306>
- Sinaga, B. A. G. , Maqbullah, Aida. , Suthanto, G. R. , Aulia, W. T. , Fadilah, P. S. , Muhaimin, Irfan. , Nurjannah, Dini. , Puspitararas, D. N. , Haryanto, Ronald. , & Najmudin. (2023). Pengembangan Digitalisasi Melalui Branding Wisata Di Desa Wisata Pekunden. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2, 01–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/abdimas45.v2i1.717>
- Sudiarti, S., Rusliana, N., Setyoningrum, N. G., Alam, & Syfa, R. H. A. (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>
- Sugiarti, R., Aliyah, I., & Yudana, G. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Di kabupaten Ngawi. *Cakra Wisata: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 17(2), 14–26.
- Sultoni, A., Suwandi, S., Andayani, & Sumarwati. (2024). *Kearifan Ekologis Masyarakat Banyumas* (H. Efriyadi, Ed.). Selat Media Patners.