



## REVITALISASI “KWT KARTINI KALONGAN” MAGUWOHARJO PASCA Covid 19 BERBASIS PERTANIAN PERKOTAAN: BUDIDAYA DAN OLAHAN PISANG SERTA AGROEDUWISATA

M. Husain Kasim<sup>1</sup>, Maryana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Email korespondensi: mhusainkasim@gmail.com

### ABSTRACT

*The Women Farmers Group “KWT Kartini Kalongan” is located in the hamlet of Kalongan, Maguwoharjo, Sleman, Special Region of Yogyakarta (DIY). This Group was formed in 2014. Activities include banana cultivation, banana processing, and agrotourism under the concept of a Banana Tourism Village. The COVID-19 pandemic has made group activities ineffective until 2025. Some of the problems faced are: 1) The group-based business lacks sufficient funds and marketing partners. 2) The garden has a variety of plants, is not oriented towards agrotourism, and is not well-maintained. The community service team through an internal grant from UPN “Veteran” Yogyakarta, revitalized this women farmers group. The revitalization included: the arrangement and management of banana plantations, the improvement of market-oriented products, and the development of an agro-educational tourism concept. The following banana types were selected to meet the needs of processing raw materials and cultural value: Raja Bananas, Tanduk Bananas, and Mas Bananas. Program implementation includes: 1. Construction of irrigation pipe and planting of banana suckers. 2. Processing activities already mastered by members. 3. Product improvement (taste, appearance, and packaging). 4. Creating agro-edu-tourism packages banana cultivation and a short course on making banana products. Results of the program: the business of KWT Kartini Kalongan is back and attracting agro-edu tourism visitors.*

**Keywords:** women's farmer groups, banana agro-edu tourism.

### ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani (KWT) Kartini Kalongan terletak di dusun Kalongan, Maguwoharjo, Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). KWT ini dibentuk pada tahun 2014. Kegiatan meliputi budidaya pisang, pengolahan buah pisang dan agroeduwisata dengan konsep Kampung Wisata Pisang. Pandemi Covid 19 menyebabkan kegiatan kelompok tidak efektif hingga tahun 2025. Beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu 1. Usaha bersifat kelompok tidak memiliki cukup dana & mitra pemasaran. 2. Kebun dengan beragam tanaman, tidak berorientasi agrowisata dan tidak terurus dengan baik. Tim pengabdian kepada masyarakat melalui hibah internal UPN “Veteran” Yogyakarta melakukan revitalisasi kelompok wanita tani ini. Revitalisasi mencakup: penataan & pengelolaan kebun pisang, perbaikan produk olahan yang berorientasi pasar dan penyusunan konsep agroeduwisata. Dipilih jenis pisang untuk memenuhi kebutuhan bahan baku pengolahan dan bernilai budaya yaitu: pisang raja, pisang tanduk & pisang mas. Realisasi program meliputi: 1. Pembuatan jaringan pipa irigasi dan penanaman bibit

pisang. 2. Kegiatan produksi olahan yang sudah dikuasai anggota. 3. Perbaikan produk (cita rasa, penampilan, dan kemasan). 4. Membuat paket agroeduwisata meliputi: budidaya pisang dan kursus singkat membuat olahan pisang. Hasil pelaksanaan program: usaha KWT Kartini Kalongan kembali berjalan dan mendatangkan pengunjung agroeduwisata.

**Kata Kunci:** *kelompok wanita tani, agroeduwisata pisang.*

---

## PENDAHULUAN

KWT Kartini Kalongan salah satu kelompok wanita tani yang bergerak di bidang budidaya pisang beserta produk olahannya. Kelompok ini berada di wilayah RT 01 RW 27 Padukuhan Kalongan Desa Maguwoharjo, Sleman. Dusun Kalongan letaknya stragis di jalur perlintasan wisata Yogyakarta. Sebelah Selatan terdapat Bandar Udara Adisucipto dan rel kereta. Sebelah utara jalan Laksda Adisucipto dengan sejumlah hotel bintang, serta banyak toko oleh-oleh. Dusun ini sebenarnya bukan merupakan kawasan pertanian, sebagian besar berupa pemukiman. Lahan untuk pertanian hanya ada di bantaran sungai Nayan, tanpa prasarana irigasi. Keberadaan sungai Nayan yang membentang di sisi Barat lokasi ideal dikembangkan jadi tempat wisata. Sekalipun lahan tidak produktif tanaman pangan, namun potensial untuk tanaman buah dan kegiatan beternak.

Sungai Nayan berpotensi sebagai pendukung pengembangan kawasan dengan konsep agroeduwisata. Debit airnya cukup besar mengalir sepanjang tahun dapat dimanfaatkan untuk mengairi lahan petani. Sisi ujung Selatan lokasi terdapat pertemuan dua sungai (*Jawa: tempuran*), yaitu sungai Nayan dan sungai Tambakbayan. Air di pertemuan dua sungai itu mengalir masuk ke terowongan di bawah perlintasan kereta api. Perpaduan ini jadi pemandangan yang menarik untuk berwisata.

Awal terbentuk KWT Kartini Kalongan tahun 2014 dari program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pertamina Persero unit Bandara Adisucipto. Pemerintah Desa merekomendasikan warga dusun Kalongan sebagai mitra CSR Pertamina. Persyaratan untuk mendapat dana CSR mitra harus dalam bentuk kelompok. Dibentuk kelompok dengan nama KWT Kartini Kalongan. Kelompok ini beranggotakan 32 orang ibu rumah tangga. Semula semua anggota terlibat aktif dalam 3 bidang kegiatan: budidaya pisang, pengolahan dan simpan pinjam. Tahun 2016 kelompok mendapat bantuan tahap kedua untuk prasarana dan sarana produksi. Kegiatan meliputi penataan kebun, pembuatan rumah produksi beserta peralatan pengolahan dan perangkat administrasi. Kawasan dikonsep sebagai kampung wisata pisang. Kegiatan utama kelompok bertani tanaman pisang dan membuat berbagai produk olahan berbahan pisang.

Bantuan fasilitas rumah produksi permanen dilengkapi sarana pengolahan sangat memadai untuk usaha mikro. Prasarana & sarana produksi ini telah digunakan untuk membuat berbagai produk. Selain aktivitas berkebun di kawasan ini pula terdapat beberapa kandang kambing milik warga. Mereka berhimpun di luar KWT, yakni kelompok

ternak "Mendo Rukun". Kotoran ternak hanya disebar ke lahan tanpa tujuan, belum dimanfaatkan untuk memupuk tanaman. Potensi kawasan sebagai kampung wisata pisang telah dirancang secara memadai. Namun pemilihan jenis pisang tidak memperhatikan aspek komersial. Cara budidayanya pun tidak memungkinkan tanaman tumbuh subur dan menghasilkan buah.

Letak "Kampung Wisata Pisang" di jalur wisata Yogyakarta dan tidak jauh dari Bandara Adisucipto menjadi satu daya tarik wisatawan. KWT Kartini Kalongan telah beberapa kali mendapat kunjungan, baik rombongan wisatawan umum maupun anak sekolah. Konsep wisata yang ditawarkan yakni wisata Agroedupreneur. Peserta dikenalkan bagaimana budidaya pisang, pasca panen, pengolahan dan kewirausahaan yang berbasis pertanian perkotaan.

Tragedi pandemi Covid 19 mengakibatkan aktivitas kelompok berhenti hingga tahun 2025. Saat tim pendamping pertama melakukan observasi kegiatan produksi belum berjalan, meskipun tersedia prasarana & sarana lengkap. Penyebab pertama kelompok tidak memiliki cadangan dana memadai dan dukungan pihak luar yang membantu pemasaran produk. Faktor kedua adalah usaha bersifat kelompok dan tidak ada pendampingan. Membangkitkan usaha kelompok dari keterpurukan membutuhkan kerjasama dari semua anggota, serta dukungan berbagai pihak lain. Amalia (2017) menyebutkan kelompok usaha bersama dari keluarga pra sejahtera umumnya minim pengetahuan dan keterampilan berwirausaha. Diperlukan pendampingan pengetahuan atau kecakapan mengenai cara mengorganisir kelompok agar dapat lebih dinamis dan berkelanjutan. Pendampingan yang intens tersebut untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan.

KWT Kartini Kalongan memiliki visi misi sebagai salah satu penyemangat untuk bangkit menjalankan usaha. Visi: 1. Menjadi kampung wisata pisang. 2. Menjadi bagian dari industri pariwisata Yogyakarta. 3. Menjadi tempat pembelajaran Masyarakat. Misi: 1. Berkegiatan berbasis tanaman pisang dari hulu sampai hilir. 2. Berkegiatan untuk merawat kekeluargaan, ikatan sosial dan meningkatkan kesejahteraan anggota. 3. Berkontribusi pada kemajuan lingkungan. Mereka telah terampil membuat produk olahan berbahan pisang, antara lain brownies, kripik, grubi, es cream "kulit pisang", dll. Organisasi masih aktif, rutin melakukan pertemuan bulanan. Pengurus juga aktif mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau menghadiri pertemuan rutin Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) sekelurahan Maguwoharjo. Mereka rutin melakukan gotong royong membersihkan lingkungan dan rumah produksi, arisan dan simpan pinjam. Anggotanya aktif bertani di lahan garapan masing-masing, meskipun usaha taninya secara ekonomi tidak menguntungkan.

Ikatan sosial kelompok yang kuat, keterampilan anggota dan lokasi strategis merupakan modal dasar bagi KWT Kartini Kalongan bangkit berdaya secara ekonomi. Hanya dibutuhkan pendampingan agar produk yang dihasilkan dan kelompok berdaya

saing. Program pendampingan dilakukan meliputi: 1. Penataan kebun. 2. Perbaikan produk olahan. 3. Penyusunan konsep agroeduwisata.

## METODE DAN PELAKSANAAN

### Metode

Kelompok mitra adalah kelompok wanita tani yang telah lama terbentuk dan berkegiatan. Mereka terampil dalam mengolah pisang menjadi berbagai produk oleh-oleh. Juga memiliki wawasan yang cukup memadai tentang usaha dan berorganisasi, namun terbatas dalam mengelola pemasaran dan pertanian. Kegiatan disusun berdasarkan potensi wilayah dan mitra, kebutuhan mitra, serta memperhatikan keberlangsungan usaha menuju pemberdayaan ekonomi mitra. Startegi menempatkan mitra sebagai subjek, dan pelaku mulai perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi.

Mengacu pada Karsidi (2007), bahwa prinsip dasar pendampingan masyarakat adalah kedudukan para pihak dalam pelaksanaan program. Pendamping hanya sebagai fasilitator, memberi pengakuan atas pengalaman dan pengetahuan masyarakat yang sesuai tujuan dan target kegiatan. Hal ini bukan berarti bahwa masyarakat selamanya benar dan harus dibiarkan tidak berubah. Karenanya pengetahuan lokal masyarakat dan pengetahuan dari luar atau inovasi, harus dipilih secara arif dan atau saling melengkapi satu sama lainnya

Pendekatan dalam penyusunan program mengacu pada konsep bauran pemasaran yaitu 4P+PS. **Product** (produk), **Price** (harga), **Promotion** (promosi), **Place** (distribusi), **Process** (proses/kegiatan produksi), **Service** (servis). Bauran pemasaran yang memasukkan proses atau kegiatan mitra dan servis sebagai bagian daya tarik pasar. Pelaksanaan program mengkombinasikan berbagai metode pemberdayaan agar berjalan efektif.

PRA (*Participatory Rural Appraisal*), dilakukan dengan cara mendorong mitra untuk turut serta menganalisa dan mengembangkan serta meningkatkan pengetahuan yang ada sehingga dapat secara mandiri merencanakan dan melaksanakannya. Melalui metode ini mitra merasa memiliki organisasi berikut sarana dan prasarana yang dimiliki, serta mengembangkan pengetahuan untuk kemajuan usaha kelompok. Pendamping menempatkan diri pada posisi sebagai fasilitator, dan nara sumber namun tidak menggurui.

PLA (*Participatory Learning Action*). Metode *learning by doing* diterapkan dengan memanfaat pengetahuan dan keterampilan mitra untuk mengkreasikan & mengembangkan produk. Mitra diarahkan mengidentifikasi berbagai aspek produk yang dibuat, memperhatikan keinginan konsumen dan membandingkannya dengan produk yang sudah eksis di pasar.

## **Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan dilaksanakan di lahan pertanian dan rumah produksi pada rentang waktu bulan Agustus – Oktober 2025. Peserta yang terlibat selain anggota KWT juga petani yang tergabung dalam kelompok ternak “Mendo Rukun”. Jumlah keseluruhan 21 orang, terdiri dari 15 perempuan anggota KWT dan 6 laki-laki anggota “Mendo Rukun”. Program revitalisasi meliputi: 1. Penataan kebun: membuat salurun pengairan, menetapkan jenis pisang dan cara budidaya. 2. Perbaikan produk olahan: cita rasa, penampilan, kemasan, dan pemasaran. 3. Pembuatan paket agroeduwitasa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program mengarahkan mitra fokus untuk menjadikan kawasan ini sebagai kampung wisata pisang yang representatif bagi pariwisata di Yogyakarta. Telah dilaksanakan kegiatan sesuai rencana dan terukur. Revitalisasi dilakukan pada 3 aspek: 1. Penataan kebun. 2. Perbaikan produk olahan: cita rasa, penampilan, kemasan, dan pemasaran. 3. Pembuatan paket agroeduwitasa.

### **Revitalisasi kebun**

Penataan kebun sangat penting karena merupakan wajah depan yang tampak dominan. Penetapan sebagai “Kampung Wisata Pisang” seharusnya memiliki kebun pisang yang tertata dan dikelola dengan baik, terdiri atas jenis yang memiliki nilai ekonomi dan budaya. Pohnnya tumbuh subur dan berbuah lebat. Tanaman tertata rapi dengan jarak tanam ideal. Berbagai variabel itu jadi dasar penataan kebun yang nantinya akan jadi daya tarik orang berkunjung, dan bahan pembicaraan masyarakat luas.

Sebelum dimulai pelaksanaan, semua petani diberi pemahaman maksud, tujuan dan target penataan kebun. Sebab sebagian lahan digarap petani di luar anggota KWT. Mereka harus terlibat secara langsung dalam semua tahapan, menjaga prasarana dan sarana, serta merawat kebun masing-masing. Sesuai Karsidi (2007), masyarakat sebagai pelaku. Mitra ditempatkan sebagai narasumber utama dalam rangka memahami keadaan mereka dan lingkungan luar. Prinsip dari, oleh, dan untuk masyarakat jadi pegangan bersama.

Penataan kebun untuk meningkatkan daya dukung pertanian pada kampung wisata pisang sesuai meliputi pemilihan jenis pisang, pengolahan lahan, penanaman, dan membuat pengairan. Dipilih 3 jenis pisang yaitu pisang raja, pisang tanduk dan pisang mas. Jumlah bibit pisang raja yang ditanam paling banyak dibanding lainnya. Pisang ini punya nilai budaya, harga jualnya tinggi dan sebagai bahan baku brownies pisang. Dalam budaya Jawa pisang raja punya makna simbolis. Umumnya digunakan saat acara lamaran, pesta pernikahan dan ritual kenduren. Saat lamaran, pisang raja yang digunakan adalah dua sisir (Bahasa Jawa: setangkan). Penggunaan pisang raja memiliki makna bahwa pasangan yang akan menikah tersebut diharapkan nantinya bisa memiliki anak keturunan. Sedangkan dalam acara pernikahan, pisang raja sebagai dekorasi di pintu masuk tempat perhelatan.

Digunakan dalam bentuk utuh atau tandan dan beserta batangnya, sebanyak 2 tandan. Keistimewaan ini membuat harga jualnya tinggi. Harga sepasang atau 2 tandan berikut batangnya untuk dekorasi pengantin bisa mencapai jutaan rupiah, tergantung pada ukuran tandan. Filosofi pisang raja sekaligus memberi pesan pada KWT Kartini Kalongan yakni pendapatan dan kesejahteraan mereka akan meningkat dari program ini. Adapun pisang tanduk dipilih sebagai bahan baku kripik dan grubi. Sedang pisang mas termasuk jenis buah segar harga jualnya juga tinggi.

KONDISI AWAL / MASALAH	IMPLEMENTASI / LUARAN
	
<i>Lahan yang dipenuhi gulma dengan latar belakang rumah produksi.</i>	<i>Pengolahan lahan, membuat lubang tanam dengan ekskavator.</i>
	
<i>Beragam jenis pisang yang tidak memiliki nilai jual tinggi &amp; tidak terawat</i>	<i>Penanaman bibit pisang raja.</i>
	
<i>Sungai Nayan mengalir sepanjang tahun</i>	<i>Dasar sungai dibor untuk memasang rumah (casing) pompa air untuk pengairan</i>

Gambar 1. Kondisi aktual lapangan, pengolahan lahan & pembuatan sarana pengairan.

Persiapan lahan menggunakan ekskavator. Hal ini dilakukan karena solum tanah dangkal, bagian bawahnya berupa lapisan padas. Lubang tanam dibuat lebar dan dalam, ukuran 1x1 m, jarak antar lubang 3 x 3 meter. Tujuan lubang dibuat dalam agar bonggol (pohon pisang) tidak cepat menyembul di atas permukaan tanah yang akan menurunkan produktivitas tanaman. Sedang lubang dibuat besar untuk menampung & mengomposkan bahan organik jadi pupuk. Kotoran ternak dari kandang yang sebelumnya disebar ke lahan langsung dimasukkan ke lubang (gambar 1).

Pengairan kebun diambil dari Sungai Nayan. Dasar sungai dibor hingga 2 m untuk memasukkan pipa paralon ukuran 3 inchi sebagai rumah (*casing*) pompa. Dipasang pompa submersible berkekuatan 1 HP untuk mendorong air dari sungai ke lahan. Jaringan irigasi dibuat dari pipa paralon  $\frac{3}{4}$  inchi menjangkau seluruh area tanaman. Dibuat percabangan untuk membagi air dan sambungan memakai selang untuk penyiraman. Pengairan ini jadi solusi permasalahan pertanian. Sebelumnya petani kesulitan mengairi tanaman pada musim kemarau. Mereka hanya menggunakan gembor buat mengambil air dari sungai. Petani yang lahannya jauh dari sungai memilih pasrah membiarkan kebun tidak terurus. Sekarang semua lahan terjangkau irigasi untuk menyiram tanaman.



Gambar 2. Jaringan irigasi menjangkau seluruh kebun & tanaman pisang sudah tumbuh

Revitalisasi kebun menghasilkan perubahan fisik kawasan dan berdampak pada mental petani. Tidak ada lagi lahan yang diterlantarkan, tidak ditanami. Semua penuh dengan tanaman pisang yang daunnya mulai bersemi. Tanaman tampak teratur dengan jarak tanam dan formasi yang nyaman dipandang (Gambar 2). Petak jenis pisang bertema, tidak campur baur. Blok pisang raja terpisah dari pisang tanduk dan pisang mas. Hal ini dipersiapkan sebagai salah satu sajian yang akan mendukung agroeduwisata. Jaringan irigasi terpasang permanen melalui pipa paralon, menjangkau seluruh area kebun. Petani mudah melakukan penyiraman, dapat setiap saat. Cukup menyalakan pompa, air mengalir

sampai ke lahan hingga jarak lebih 100 m. Perancangan ini dipersiapkan sebagai tontonan dan jadi bahan cerita untuk disajikan pada pengunjung agrowisata. Terdapat 10 indikator perubahan lingkungan hasil revitalisasi kebun yang sangat signifikan (tabel 1).

Tabel 1. Indikator hasil dan dampak revitalisasi kebun.

No.	Variabel	Sebelum program	Sesudah program
1	Lahan terlantar	ada	Tidak ada
2	Tanaman tidak terawat	Sebagian besar	Tidak ada
3	Jenis tanaman	beragam	Semua pisang
4	Jenis pisang	Beragam, tdk ekonomis	Tiga macam (raja, tanduk, mas)
5	Tata tanam	Tidak tertata	Tertata rapi
6	Landscape	Tidak bertema	Bertema sesuai jenis pisang
7	Jaringan irigasi	Tidak ada	Ada, menjangkau seluruh kebun
8	Aktivitas petani di lahan	Banyak tidak aktif	Semua aktif
9	Frekuensi petani ke lahan	Rendah/jarang	Lebih sering
10	Respon petani atas program	Pasrah atas keadaan	Sangat senang, berterima kasih

## Revitalisasi produk

Produk yang berdaya saing harus dicapai untuk mendapatkan pembeli. Banyak ragam produk yang ditawarkan sebagai oleh-oleh wisata Yogyakarta. Ini sebuah tantangan menjadikan produk KWT bisa laku. Jenis olahan yang dibuat sudah spesifik karena bahannya pisang yakni brownies, grubi, egg roll, pisang wijen, kripik, es krim kulit pisang, dan banana coocies, dll. Brownies pisangnya khas, diberi topping batik motif parang (gambar 3). Meskipun demikian dalam beberapa hal masih perlu dikoreksi agar produk KWT Kartini Kalongan memiliki keunggulan komparatif sekaligus kompetitif.



Gambar 3. Berbagai varian produk pisang yang pernah dibuat.

Produk yang mereka buat belum pernah disurvei perihal tanggapan konsumen. Menurut Sudirjo, dkk (2024) menyebutkan produk harus memenuhi apa yang dibutuhkan, diinginkan, dan preferensi konsumen. Tanpa memperhatikan konsumen produk sulit mencapai keberhasilan dalam pasar yang kompetitif. *"Sebelum mengembangkan produk, perlu dilakukan penelitian pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini bisa melalui survei, wawancara, kelompok fokus, atau analisis data perilaku konsumen."*

*Produk yang sukses seringkali merupakan solusi untuk masalah atau kebutuhan yang belum terpenuhi. Memahami tantangan yang dihadapi konsumen dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang untuk inovasi*" demikian Sudirjo, dkk.

Perbaikan produk meliputi cita rasa, tampilan dan kemasan. Untuk mengetahui apa yang disukai konsumen dilakukan pembagian sampel brownies dan grubi disertai kuisioner dan wawanacara. Aspek yang disurvei yaitu cita rasa, tampilan, kemudahan menyantap dan varian. Tanggapan responden dijadikan bahan untuk perbaikan produk (tabel 2).

Tabel 2: Survei konsumen terhadap produk KWT Kartini Kalongan

No.	Jenis & variabel	Tanggapan & saran
<b>Brownies</b>		
1	Cita rasa	Rasanya enak, ringan, tidak terlalu manis. Rasa pisang tidak menonjol, bahkan tidak terasa.
2	Penampilan	Kurang tebal
3	Kemudahan menyantap	Mudah, perlu ukuran kecil tidak bentuk loyangan
4	Varian	Toping bervariasi. Perlu varian yang dominan rasa pisang, sedang rasa coklat hanya tambahan sebagai toping.
<b>Grubi</b>		
1	Cita rasa	Enak, terasa mengenyangkan meski makanan ringan
2	Penampilan	Bulat, tidak berbeda dengan grubi umumnya
3	Kemudahan menyantap	Mulut harus membuka lebar, keras kurang renyah
4	Varian	Perlu berbagai varian & rasa

Hasil survei didiskusikan dengan anggota KWT. Beberapa kekurangan harus diperbaiki termasuk jalur distribusi. Nurisusilawati & Subagyo (2016) menjelaskan variabel yang berpengaruh positif terhadap kesuksesan produk UKM antara lain service dan cakupan distribusi (coverage). Kedua variabel ini meningkatkan kesuksesan produk secara linier. Variabel lain adalah penampilan produk (product performance) dan merek (brand) juga signifikan menaikkan kesuksesan produk. Rosmadi & Romdonny (2018) keputusan pembelian dipengaruhi beberapa faktor. Faktor pertama adalah merek disusul promosi, & kualitas produk. Kombinasi ketiga faktor ini sangat dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Rasa brownies tidak menonjol pisangnya. Hal tersebut disebabkan buah pisang dipotong kecil-kecil sehingga tidak merata. Seharusnya pisang terasa pada setiap bagian/gigitan. Untuk itu dilakukan penambahan volume pisang dan dihaluskan supaya tercampur homogen dalam adonan. Ukuran tebal semula tinggi 3 cm dinaikkan jadi 4 cm dengan penambahan volume tepung. Hasilnya, penampilan brownies lebih berisi, bagian atas agak cembung sehingga tampak elegan. Juga dibuat beberapa varian ukuran dan pilihan toping. Demikian pula produk grubi disempurnakan bentuk, citarasa dan variannya (gambar 4).

Perbaikan kemasan mencakup bahan, bentuk dan label di pemuakaan. Kemasan tidak hanya sebagai pembungkus yang melindungi produk dari cemaran dan kerusakan fisik. Kemasan adalah sebuah identitas yang membentuk persepsi di mata konsumen. Purnama (2004) menyebutkan produk yang akan dipasarkan harus memperhatikan merek, label dan kemasan. Unsur-unsur ini menjadi daya tarik dan memudahkan bagi konsumen untuk mengenali, membedakan dari produk lain, serta memudahkan dalam pendistribusian. Djuwadi (2007) merek harus menimbulkan kesan sehingga mudah dikenali dan diingat.



Gambar 4. Penambahan varian brownies dan perbaikan kemasan mika jadi karton.

Desain dan bahan kemasan brownies di pilih kertas karton (corrugated box), berwarna coklat. Pemilihan bahan karton untuk menimbulkan kesan natural, organik dan beda dari kemasan produk sejenis yang umumnya berbahan kertas putih Ivory. Firmansyah (2019) menyebutkan kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli.

Pada salah satu sisi kemasan dicantumkan Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta beserta logo. Pencantuman nama kampus sebagai pendamping untuk mempercepat produk dikenal oleh kalangan yang berlatar belakang kampus. Ini sekaligus

bentuk “Co-Branding” UKM dengan kampus yang menjalankan fungsi Tri Dharma, pengabdian kepada Masyarakat. Strategi Co-Branding ini telah diterapkan pada produk UKM Sarabba Rajana mitra UPN “Veteran” Yogyakarta di Sulawesi Selatan. Kehadiran nama kampus turut menimbulkan kesan berkualitas & bertanggung jawab (Kasim, dkk., 2021).

### **Revitalisasi agroeduwisata**

KWT Kartini Kalongan salah satu rujukan untuk kunjungan pada kelompok wanita tani di wilayah perkotaan. Hal ini didukung beberapa faktor yaitu: 1. Fasilitas rumah produksi permanen sekaligus tempat pertemuan. 2. Lahan garapan dan kegiatan budidaya pisang yang hasil panennya diolah di rumah produksi. 3. Terdapat beberapa kandang kelompok ternak kambing yang menghasilkan kotoran sebagai pupuk tanaman. Ternak kambing sekaligus objek tontonan dan hiburan. 4. Lokasinya strategis di wilayah suburban. Dusun Kalongan berada di jalur perlintasan wisata, mudah dijangkau. Kegiatan KWT yang merepresentasi konsep pertanian terpadu sangat menarik bagi wisatawan.

Kegiatan agroeduwisata diproyeksikan sebagai salah satu sumber pendapatan kelompok. Agroeduwisata mendatangkan konsumen ke Lokasi. Menimbulkan efek berantai, mendekatkan kelompok dengan pasar. Pendapatan bersumber dari paket wisata dan penjualan produk sebagai oleh-oleh. Paket yang ditawarkan masih terbatas pada wisata keliling kebun dan kursus singkat olahan pisang.

Sejak awal dilakukan pendampingan pengurus KWT aktif membuat konten media sosial yang menampilkan kegiatan lapangan. Berbagai konten dibuat, menampilkan alat berat ekskavator menggali, mengaduk-aduk dan meratakan tanah. Pemasangan instalasi air dari sungai ke merambah ke kebun. Menanam ratusan bibit pisang di lubang besar yang tidak mungkin dijangkau oleh tenaga mereka. Suasana riang gembira menyirami tanaman dengan air irigasi memakai selang. Tidak adalagi tergambar kesulitan menghadapi kondisi alam yang selama ini mereka hadapi. Promosi kegiatan ini menyampaikan pesan “KWT Kartini Kalongan kini bangkit”.



Gambar 5. Kelompok tani pisang Srandonan Bantul mengikuti kursus singkat

Kiprah pendampingan PBM dalam waktu singkat berhasil menarik perhatian berbagai *stakeholder* dan publik. Pemerintah Desa Maguwoharjo mengapresiasi kebangkitan ini dengan memberi bantuan pupuk organik 680 kg. Ketua kelompok petani pisang Dadi Mulyo dusun Payungan dan Jalakan Triharjo Pandak Srandonan Bantul mengajak 65 anggotanya mengikuti agroeduwisata. Mereka belajar cara mengolah buah pisang jadi berbagai olahan modern (gambar 5). Selama 2 bulan program berjalan efektif kelompok sudah mampu menjual produk dan jasa agroeduwisata (tabel 3).

Tabel 3. Pendapatan kelompok selama 2 bulan program

Bulan	Jenis	Nominal	Total
September	10 Brownies	400.000,-	400.000,-
Oktober	- Gudybag pengunjung - Agroeduwisata - Pesanan	3.700.000,-  460.000	4.160.000,-

Keberhasilan bangkit dari keterpurukan bukan hanya aspek pendapatan. Semangat mitra berkreasi dan bangkit salah satu indikator keberhasilan. Disebutkan (Suarsa & Sutajaya, 2015), bahwa pelatihan yang berdampak menimbulkan dan meningkatkan sikap kewirausahaan antara lain berupa peningkatan perhatian terhadap kualitas produk, ragam produk yang dibuat. Variabel ini yang dominan pada semua anggota KWT Kartini Kalongan, terlihat dalam kegiatan rutin mereka di kebun & rumah produksi.

## PENUTUP

### Simpulan

Keberhasilan revitalisasi KWT Kartini Kalongan terletak pada partisipasi aktif semua anggota berbasis pengetahuan & keterampilan yang dimiliki, serta kegiatan pendampingan intensif, sistematis mengintegrasikan ketiga aspek budidaya tanaman, pengolahan & agroeduwisata..

### Saran

KWT Kartini Kalongan beserta masyarakat sekitar perlu ditingkatkan kapasitasnya menyelenggarakan even terjadwal berbasis potensi pertanian, peternakan dan olahan yang melibatkan kampus sebagai mitra. Even tersebut masuk dalam agenda tahunan pariwisata Yogyakarta.

### Ucapan Terima Kasih

Program pengabdian ini dapat terselenggara atas dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu kami menyampaikan terima kasih LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta yang telah memberi dana hibah pengabdian, serta pemerintah desa dan dusun Kalongan atas partisipasinya mendukung setiap kegiatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A.D. 2017. *Dinamika Kelompok Dalam Kelompok Usaha Bersama: Kasus Kube Cempaka Dan Kube Tulip Di Kota Bogor*. Jurnal Sosio Konsepsia, 6 (3). <https://ejournal.kemensos.go.id/index.php/SosioKonsepsia/article/view/1040/618>.
- Djuwadi, H. I. 2007. *Smarter Marketing Moves*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Firmansyah, M.A . 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Panning & Strategy). Penerbit Qiara Media. <https://umkmdkerens.depok.go.id/cms/api/Master/application/pdf/63zdj1r70k56xvug1712044573.pdf>
- Karsidi, R. (2007). *Pemberdayaan Masyarakat Untuk Usaha Kecil dan Mikro (Pengalaman Empiris di Wilayah Surakarta Jawa Tengah)*. Jurnal Penyuluhan, 3(2), 136-145.
- Kasim, M.H, R. Brotodjojo & W. 2021. *Strategi Pemberdayaan UKM Sarabba Rajana Yang Berdaya Saing Di Pasar Produk Minuman Sulawesi Selatan*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tabikpun: 2 (3)
- Nurisusilawati, & Subagyo. 2016. *Penentuan Strategi Saluran Distribusi Berdasarkan Karakteristik Produk Sukses*. Forum Teknik, 37(1), 49-57.
- Purnama, C. M. L. 2004. *Strategic Marketing Plan: Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran yang Strategis dan Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosmadi, M. L. N., & Romdonny, J. 2018. *Pengaruh Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bola Sepak*. IKRA-ITH HUMANIORA, 2(2), 82-89.
- Suarsa, P. W., & Sutajaya, I. M. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Ergo entrepreneurship untuk Mengembangkan Pengetahuan dan Sikap Kewirausahaan serta Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kuliner Lokal di Desa Peliatan, Ubud, Gianyar*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 4(2), 609-622.
- Sudirjo, F., D. Wahyuningsih, G. Wijayanto & D Wahyono. 2024. *Tori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Editor: Andi Asari. Mafy Media Literasi Indonesia. <https://repository.um.ac.id/5535/1/fullteks.pdf>