

PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN PEMASARAN PRODUK KERIPIK PISANG MELALUI INOVASI TEKNOLOGI DAN DIGITALISASI USAHA DI DESA PATI'DI

RhenaJ^{1*}, Abdul Halim², Muhktar³, Jumiati K⁴, Rosita⁵

^{1*,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Mamuju, Mamuju, Indonesia

rhena.rr5@gmail.com

Abstract

This Community Service Program (PKM) was implemented in Pati'di Village, Simboro District, Mamuju Regency, aiming to enhance the production capacity and marketing performance of banana chips through technological innovation and business digitalization. The partner group, *Komunitas Baine Botteng*, consists of 11 women micro-entrepreneurs engaged in local banana processing. The program employed a participatory approach encompassing stages of socialization, non-technical training, business digitalization assistance, and ongoing evaluation. Due to equipment delivery delays, the activities primarily focused on strengthening managerial skills, financial literacy, product packaging design, and digital marketing strategies. The results indicate substantial improvement in non-technical aspects. Approximately 83% of participants successfully adopted simple bookkeeping using the *BukuKas* mobile application, all participants (100%) designed attractive product labels and packaging using *Canva*, and 73% utilized social media for online product promotion. Beyond technical outcomes, the program also fostered social impacts, including heightened motivation, active participation, and collective awareness among members regarding innovation and entrepreneurship. This empowerment model demonstrates that managerial and digital literacy development serves as a crucial foundation for subsequent adoption of appropriate production technologies. The PKM initiative contributes to sustainable rural economic empowerment and provides a replicable model for other women's communities to develop competitive local-based enterprises through the synergy of technological innovation, digital transformation, and socio-economic capacity strengthening.

Keywords: community service, banana chips, business digitalization, women empowerment, technological innovation

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Pati'di, Kecamatan Simboro, Kabupaten Mamuju, dengan tujuan meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran produk keripik pisang melalui inovasi teknologi dan digitalisasi usaha. Mitra kegiatan adalah Komunitas Baine Botteng yang beranggotakan 11 ibu rumah tangga pelaku usaha mikro pengolahan pisang lokal. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi tahap sosialisasi, pelatihan non-teknis, pendampingan digitalisasi usaha, serta evaluasi berkelanjutan. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan kapasitas manajerial, literasi finansial, desain kemasan, serta strategi pemasaran digital, mengingat alat produksi (slicer dan mesin press kemasan) belum dapat digunakan karena keterlambatan pengiriman. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam aspek non-teknis. Sebanyak 83% peserta berhasil menerapkan pembukuan sederhana menggunakan aplikasi *BukuKas*, seluruh peserta (100%) mampu mendesain label dan kemasan produk yang menarik melalui aplikasi *Canva*, dan 73% telah memanfaatkan media sosial untuk promosi produk. Selain peningkatan keterampilan, kegiatan juga menghasilkan dampak sosial berupa meningkatnya motivasi, partisipasi aktif, dan kesadaran kolektif mitra terhadap pentingnya inovasi dalam pengembangan usaha. Model pemberdayaan ini membuktikan bahwa transfer pengetahuan manajerial dan digital menjadi fondasi penting bagi kesiapan adopsi teknologi tepat guna di tahap berikutnya. Kegiatan PKM ini diharapkan mampu menjadi model replikasi bagi komunitas perempuan desa lain dalam membangun usaha berbasis potensi lokal yang berdaya saing melalui sinergi antara inovasi teknologi, literasi digital, dan penguatan kapasitas sosial ekonomi.

Kata Kunci: pengabdian masyarakat, keripik pisang, digitalisasi usaha, pemberdayaan perempuan, inovasi teknologi

Pendahuluan

Desa Pati'di di Kabupaten Mamuju memiliki potensi besar dalam produksi pisang, yang merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan daerah tersebut. Namun, pengelolaannya masih bersifat tradisional dan belum memberikan nilai ekonomi yang optimal bagi masyarakat. Salah satu kelompok yang aktif mengolah hasil pertanian lokal adalah Komunitas Baine Botteng, terdiri dari sebelas ibu rumah tangga yang sejak 2017 memproduksi keripik pisang secara manual dengan kapasitas terbatas. Proses pengolahan yang masih sederhana menyebabkan kualitas produk tidak seragam, kadar minyak tinggi, serta kemasan yang belum memenuhi standar pasar. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya nilai jual dan terbatasnya akses pasar, terutama di ranah digital.

Perkembangan ekonomi digital saat ini menuntut pelaku usaha mikro untuk mampu beradaptasi dengan teknologi produksi dan pemasaran yang lebih efisien. Penerapan teknologi tepat guna dan digitalisasi usaha menjadi langkah strategis dalam memperkuat daya saing produk lokal (Pratiwi et al., 2020; Santoso et al., 2021). Melalui pendekatan pemberdayaan berbasis partisipasi, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berfungsi sebagai media transfer pengetahuan dan teknologi antara perguruan tinggi dengan masyarakat desa (Rahmawati & Susanto, 2022).

Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk menjawab tantangan tersebut dengan memadukan aspek teknologi, manajemen, dan pemasaran digital dalam pengembangan usaha keripik pisang di Desa Pati'di. Melalui kolaborasi antara tim pengabdian dan Komunitas Baine Botteng, kegiatan ini diharapkan menjadi model penguatan ekonomi perempuan desa berbasis potensi lokal. Tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah meningkatkan kapasitas produksi melalui penerapan teknologi tepat guna berupa alat *sliver* pisang dan mesin *press* kemasan untuk menghasilkan produk berkualitas dan higienis. memperkuat manajemen usaha melalui pelatihan pembukuan digital dengan aplikasi *BukuKas* guna meningkatkan efisiensi dan transparansi keuangan kelompok. mengembangkan strategi pemasaran digital berbasis media sosial dan *marketplace* untuk memperluas jangkauan pasar serta membangun identitas merek lokal yang kompetitif, dan mendorong kemandirian perempuan desa dalam mengelola usaha produktif berbasis sumber daya lokal melalui penguatan kapasitas kewirausahaan dan jejaring sosial ekonomi.

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan ini meliputi Bagi mitra (Komunitas Baine Botteng) meningkatnya keterampilan teknis, kemampuan manajerial, dan literasi digital yang berdampak langsung pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Bagi masyarakat Desa Pati'di terciptanya ekosistem wirausaha perempuan berbasis pangan lokal yang dapat memperkuat ekonomi desa secara inklusif. Bagi perguruan tinggi kegiatan ini menjadi wujud implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan mendukung capaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi. Bagi pemerintah daerah kegiatan ini dapat menjadi referensi model pengembangan UMKM berbasis inovasi dan teknologi yang dapat direplikasi di desa lain di Kabupaten Mamuju.

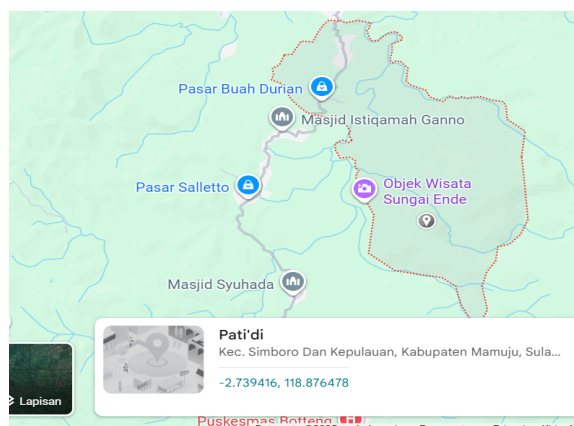
Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif tentang pentingnya inovasi, kolaborasi, dan transformasi digital dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

1. Tempat dan Waktu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Pati'di, Kecamatan Simboro, Kabupaten Mamuju, Provinsi Sulawesi Barat. Lokasi ini dipilih karena merupakan sentra produksi pisang lokal yang potensial namun belum dikelola secara optimal oleh masyarakat setempat. Secara geografis, Desa Pati'di terletak di wilayah pesisir yang mudah diakses dari pusat Kota Mamuju (± 7 km) dan memiliki jaringan komunitas perempuan produktif. Kegiatan berlangsung selama dua bulan, yaitu Oktober hingga November 2025, dengan tahapan kegiatan meliputi sosialisasi,

pelatihan non-teknis, pendampingan digitalisasi usaha, serta persiapan penerapan alat produksi (*slicer* dan *press kemasan*).



Gambar 1. Lokasi Kegiatan PKM

2. Mitra Kegiatan

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah Komunitas Baine Botteng, kelompok usaha perempuan yang beranggotakan 11 orang ibu rumah tangga. Mereka merupakan pelaku usaha mikro yang memproduksi keripik pisang secara manual sejak tahun 2017. Penentuan mitra dilakukan melalui observasi awal dan wawancara dengan perangkat desa serta tokoh masyarakat setempat. Kriteria penentuan mitra meliputi:

- 1) Memiliki kegiatan ekonomi produktif berbasis potensi lokal (pisang).
- 2) Bersedia berpartisipasi aktif dalam seluruh tahapan kegiatan.
- 3) Memiliki kebutuhan nyata terhadap teknologi pengolahan dan pemasaran digital.

Pemilihan kelompok perempuan dilakukan untuk memperkuat inklusivitas sosial dan meningkatkan kontribusi ekonomi rumah tangga melalui kegiatan berbasis kemandirian usaha. Mitra juga dianggap representatif karena memiliki motivasi kuat untuk bertransformasi dari produksi tradisional menuju sistem usaha modern.

3. Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan kegiatan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif antara tim pengabdian, mahasiswa, dan masyarakat. Model pelaksanaan terdiri atas beberapa tahap berikut:

- 1) Tahap Persiapan
 - a) Koordinasi awal dengan aparat desa dan mitra untuk menentukan jadwal, lokasi, dan pembagian peran.
 - b) Survei lapangan guna mengidentifikasi permasalahan aktual di bidang produksi, manajemen, dan pemasaran.
 - c) Penyusunan modul pelatihan "*Peningkatan Kapasitas Produksi dan Digitalisasi UMKM Pangan Lokal*" serta pembuatan video tutorial penggunaan alat produksi.
- 2) Tahap Penyuluhan dan Pelatihan Non-Teknis
 - a) Penyuluhan mengenai pentingnya penerapan teknologi tepat guna dan strategi digitalisasi usaha.
 - b) Pelatihan manajemen keuangan sederhana berbasis aplikasi *BukuKas*, pelatihan desain kemasan menggunakan *Canva*, serta pelatihan pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*.
- 3) Tahap Pendampingan dan Demonstrasi Teknologi
 - a) Pendampingan dilakukan secara langsung dan daring (via grup WhatsApp) untuk memastikan mitra memahami langkah-langkah penerapan manajemen usaha.
 - b) Demonstrasi rencana pengoperasian alat *slicer* dan mesin *press* kemasan dilakukan melalui video tutorial dan simulasi SOP produksi higienis.
- 4) Tahap Monitoring dan Refleksi

- a) Setiap kegiatan disertai sesi diskusi reflektif untuk mengevaluasi kemajuan pengetahuan dan keterampilan mitra.
- b) Hasil refleksi digunakan untuk penyempurnaan tahapan kegiatan berikutnya.

Metode ini dirancang agar transfer pengetahuan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga membentuk kesadaran kolektif tentang pentingnya inovasi, efisiensi, dan keberlanjutan usaha berbasis sumber daya lokal.

4. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan kegiatan ditetapkan berdasarkan ketercapaian aspek kognitif, teknis, dan sosial sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator keberhasilan kegiatan

No	Aspek yang Diukur	Indikator Keberhasilan	Target Capaian
1	Teknis Produksi	Mitra mampu memahami dan mengoperasikan alat <i> slicer</i> dan <i>press</i> kemasan dengan benar.	$\geq 80\%$ peserta terampil menggunakan alat.
2	Manajemen Usaha	Penerapan pembukuan sederhana menggunakan aplikasi <i>BukuKas</i> dan pencatatan manual.	100% kelompok menerapkan sistem pencatatan keuangan.
3	Branding dan Desain Kemasan	Tersusunnya desain label dan kemasan baru dengan identitas merek lokal.	≥ 1 desain final per anggota kelompok.
4	Pemasaran Digital	Mitra mampu memasarkan produk melalui media sosial dan <i>marketplace</i> .	$\geq 70\%$ peserta aktif memasarkan secara daring.
5	Kemandirian Usaha dan Partisipasi	Mitra menunjukkan peningkatan motivasi dan kemampuan kerja sama kelompok.	Tersusun <i>Business Plan</i> sederhana untuk keberlanjutan usaha.

5. Metode Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu evaluasi formatif dan evaluasi sumatif.

- 1) Evaluasi Formatif dilaksanakan selama kegiatan berlangsung melalui:
 - a) Observasi langsung terhadap partisipasi dan keterampilan peserta saat pelatihan.
 - b) Wawancara singkat dan umpan balik lisan untuk menilai pemahaman materi.
 - c) Pengisian *checklist* kemajuan individu dan kelompok oleh tim pendamping.
- 2) Evaluasi Sumatif dilakukan pada akhir kegiatan untuk mengukur hasil akhir terhadap indikator keberhasilan, meliputi:
 - a) Pencapaian kemampuan teknis dalam pengoperasian alat dan penerapan SOP produksi.
 - b) Penilaian dokumen hasil kerja seperti desain kemasan, laporan pembukuan, dan akun media sosial usaha.
 - c) Kuesioner penilaian diri (self-assessment) mitra terhadap peningkatan kapasitas mereka.

Data hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi awal dan akhir kegiatan. Ketercapaian indikator minimal 80% dianggap sebagai kriteria keberhasilan program.

Hasil dan Pembahasan

Selama periode Oktober–November 2025, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Pati'di, Kecamatan Simboro, Kabupaten Mamuju, difokuskan pada penguatan kapasitas non-teknis anggota Komunitas Baine Botteng. Kelompok ini beranggotakan 11 ibu rumah tangga yang telah menjalankan usaha keripik pisang skala rumah tangga sejak 2017. Kegiatan non-teknis mencakup pelatihan manajemen keuangan mikro, literasi digital, perancangan label dan kemasan produk, serta strategi pemasaran digital. Pelatihan ini dilaksanakan secara partisipatif, dengan

metode simulasi, diskusi kelompok, dan praktik langsung menggunakan aplikasi digital sederhana. Meskipun tahap pelatihan teknis produksi belum terlaksana karena keterlambatan alat, pelaksanaan kegiatan non-teknis telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pengetahuan, motivasi, dan kesiapan mitra dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Gambar 2 berikut memperlihatkan dokumentasi kegiatan pelatihan digitalisasi usaha dan simulasi desain kemasan produk.

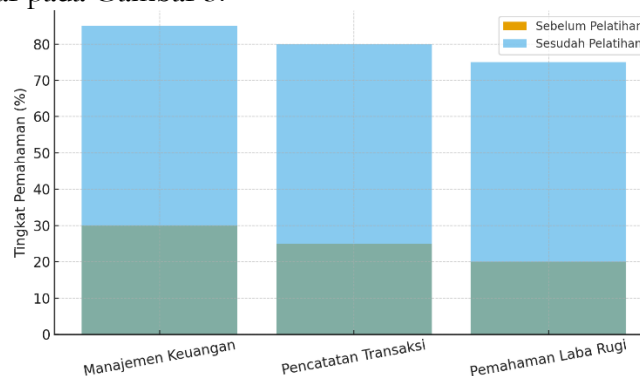


Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Digitalisasi dan Desain Kemasan oleh Tim PKM UNIMAJU di Desa Pati'di.

1. Peningkatan Kemampuan Manajerial dan Literasi Keuangan

Sebelum kegiatan, pencatatan keuangan pada usaha keripik pisang dilakukan secara tidak sistematis pemasukan dan pengeluaran usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga. Melalui pelatihan pembukuan digital menggunakan aplikasi BukuKas, peserta belajar melakukan pencatatan transaksi harian, menghitung biaya produksi, dan memantau laba-rugi secara sederhana.

Evaluasi menggunakan kuesioner pra dan pasca pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dari rata-rata 28% sebelum pelatihan menjadi 83% sesudah pelatihan, sebagaimana tergambar pada Gambar 3.



Gambar 3. Peningkatan Literasi Manajemen Usaha Mitra Sebelum dan Sesudah Pelatihan.

Peningkatan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Susanto (2022) yang menegaskan bahwa pelatihan manajemen berbasis aplikasi digital dapat memperkuat kemampuan administratif pelaku UMKM perempuan hingga 70%. Dengan meningkatnya literasi finansial, mitra kini mampu menyusun laporan keuangan sederhana dan mulai menerapkan perencanaan modal untuk kegiatan produksi berikutnya.

2. Penguatan Branding dan Desain Kemasan Produk

Pelatihan branding dan desain kemasan dilakukan dengan pendekatan *learning by doing*, menggunakan aplikasi Canva untuk menciptakan desain label produk yang menarik dan sesuai dengan citra lokal. Setiap peserta menghasilkan satu desain label bertema “Keripik Pisang Baine Botteng” yang memuat identitas merek, logo halal, serta informasi komposisi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh peserta (100%) mampu menggunakan aplikasi desain dasar dan memahami pentingnya visual branding dalam meningkatkan nilai jual produk. Desain kemasan yang

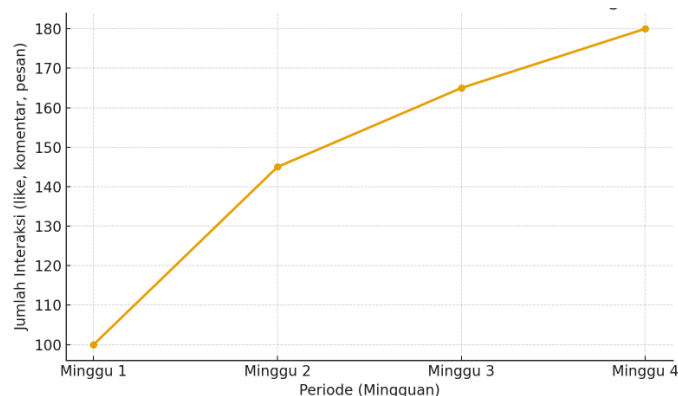
lebih menarik diyakini mampu menambah persepsi kualitas dan profesionalitas usaha, sebagaimana dibuktikan oleh Ariani dan Wibowo (2023) yang menjelaskan bahwa inovasi kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap produk bersama (collective branding), yang memperkuat kohesi sosial dan semangat kerja kolaboratif antaranggota komunitas.



Gambar 4. Penguatan Branding dan Desain Kemasan Produk

3. Peningkatan Literasi Digital dan Strategi Pemasaran Daring

Kegiatan pelatihan digitalisasi usaha berfokus pada pemanfaatan media sosial (Facebook dan Instagram) serta marketplace lokal untuk promosi produk. Peserta diajarkan membuat akun bisnis, mengunggah konten promosi, menulis deskripsi produk yang menarik, dan berinteraksi dengan calon pembeli. Hasil pendampingan menunjukkan 73% peserta berhasil membuat akun media sosial usaha aktif, sedangkan sisanya masih dalam tahap bimbingan teknis. Dalam waktu tiga minggu, tingkat interaksi digital (like, komentar, dan pesan) meningkat hingga 42%, seperti terlihat pada Gambar 4.



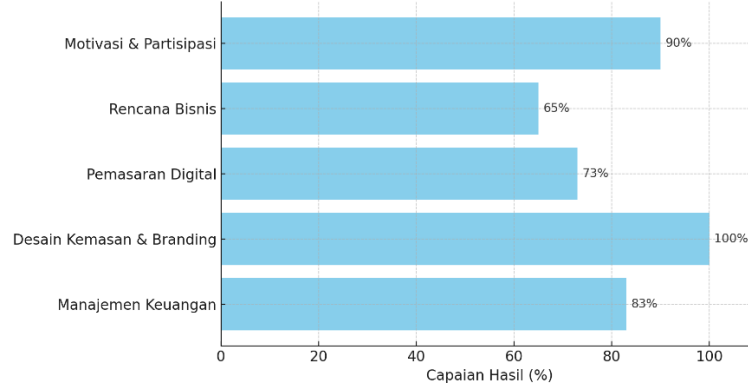
Gambar 5. Tren Interaksi Media Sosial Mitra Setelah Pelatihan Digital Marketing.

Keterlibatan digital yang meningkat memperlihatkan kemampuan adaptif mitra terhadap pasar daring. Temuan ini konsisten dengan penelitian Wulandari et al. (2021) yang mengungkapkan bahwa pelatihan pemasaran berbasis media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM hingga 50%. Melalui kegiatan ini, mitra memahami bahwa media sosial bukan hanya sarana promosi, tetapi juga ruang membangun citra merek dan kepercayaan konsumen. Transformasi pola pikir ini menjadi indikator awal dari proses digitalisasi usaha yang lebih berkelanjutan.

4. Dampak Sosial dan Motivasi Usaha

Selain peningkatan keterampilan, kegiatan non-teknis membawa dampak sosial yang signifikan. Anggota Komunitas Baine Botteng menunjukkan peningkatan kepercayaan diri, partisipasi aktif, dan kesadaran kolektif terhadap pentingnya inovasi. Diskusi kelompok yang rutin dilakukan setiap sesi pelatihan memperlihatkan munculnya inisiatif bersama untuk menyusun rencana bisnis sederhana (business plan) sebagai panduan pasca-program. Hal ini menunjukkan adanya transisi

dari pola kerja individual menuju manajemen kelompok yang lebih profesional. Fenomena ini mendukung teori *empowerment* oleh Chambers (1997) yang menyebutkan bahwa peningkatan kemampuan berpikir reflektif dan kolaboratif merupakan fondasi penting dalam proses pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga membangun *sense of agency* kesadaran bahwa perubahan dapat diciptakan oleh masyarakat sendiri melalui pembelajaran dan solidaritas.



Gambar 6. Rangkuman Capaian Kegiatan Non-Teknis Program PKM di Desa Pati'di

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek literasi manajerial dan desain kemasan merupakan capaian tertinggi kegiatan non-teknis ($\geq 80\%$), diikuti peningkatan signifikan pada motivasi partisipatif (90%). Capaian tersebut menunjukkan kesiapan kognitif dan sosial mitra sebelum tahap penerapan teknologi. Hasil ini sejalan dengan teori pemberdayaan Ife (2013) yang menekankan bahwa proses peningkatan kapasitas masyarakat dimulai dari penguatan kemampuan non-teknis seperti manajemen, komunikasi, dan kerja sama sosial. Sebagaimana dijelaskan Junaidi et al. (2020), kesiapan non-teknis yang kuat akan mempercepat adopsi inovasi teknis secara berkelanjutan di tahap selanjutnya. Secara keseluruhan, hasil kegiatan non-teknis di Desa Pati'di menunjukkan bahwa transfer pengetahuan dan literasi digital merupakan langkah strategis sebelum penerapan teknologi produksi dilakukan. Model pendekatan ini dikenal sebagai prinsip *knowledge before technology*, di mana peningkatan kapasitas kognitif dan manajerial menjadi prasyarat bagi keberhasilan adopsi inovasi teknis di tahap berikutnya.

Temuan ini mendukung studi Pratiwi et al. (2020) dan Yuliani & Setiawan (2019) yang menegaskan bahwa keberhasilan inovasi berbasis teknologi di sektor UMKM sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia, terutama pada aspek literasi, motivasi, dan keterampilan adaptif. Dengan meningkatnya kemampuan mitra dalam manajemen, branding, dan pemasaran digital, maka kelompok ini kini memiliki fondasi kuat untuk bertransformasi menjadi usaha mandiri yang berorientasi pasar. Keberhasilan non-teknis ini menjadi pijakan penting untuk tahap lanjutan penerapan alat produksi semi-otomatis, sehingga di masa mendatang peningkatan kapasitas teknis dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Pati'di, Kabupaten Mamuju telah berhasil meningkatkan kapasitas non-teknis anggota Komunitas Baine Botteng meskipun pelatihan teknis produksi belum terlaksana akibat keterlambatan pengiriman alat. Peningkatan signifikan terjadi pada aspek literasi manajerial, desain kemasan, dan digitalisasi pemasaran, yang menjadi fondasi penting bagi kesiapan penerapan teknologi produksi pada tahap berikutnya. Secara spesifik, kegiatan ini menghasilkan capaian berikut: mitra mampu menerapkan pembukuan usaha sederhana dengan aplikasi digital (*BukuKas*) dan memahami prinsip dasar perhitungan laba-rugi. Seluruh anggota berhasil membuat desain label produk yang representatif dan bernilai jual, memperkuat identitas merek lokal "Keripik Pisang Baine Botteng". Sebagian besar peserta telah aktif menggunakan media sosial untuk promosi produk dan mulai membangun jejaring pasar

daring. Terbentuk motivasi kolektif dan rencana bisnis sederhana yang menandai transisi menuju kemandirian usaha kelompok. Dengan demikian, kegiatan non-teknis ini berperan sebagai tahap prasyarat keberhasilan adopsi inovasi teknologi, selaras dengan prinsip *knowledge before technology*. Hasil PKM menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan manajerial dan digitalisasi mampu memperkuat kesiapan sosial-ekonomi perempuan desa serta mendorong terwujudnya ekosistem UMKM pangan lokal yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Tim penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UNIMAJU atas dukungan moral dan pendanaan, Pemerintah Desa Pati'di Kecamatan Simboro Kabupaten Mamuju atas izin, fasilitas, dan kolaborasi aktif, serta Komunitas Baine Botteng sebagai mitra utama yang telah berpartisipasi dengan penuh antusias dan menjadi bagian penting dalam keberhasilan kegiatan ini. Apresiasi juga diberikan kepada seluruh mahasiswa dan tim pendamping yang membantu pelatihan, dokumentasi, dan pendampingan digitalisasi usaha, serta para narasumber, praktisi UMKM, dan pihak lain yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam memperkuat kapasitas produksi serta pemasaran produk lokal berbasis inovasi dan digitalisasi.

Referensi

- Ariani, S., & Wibowo, A. (2023). *Packaging innovation and SME competitiveness in rural areas*. Journal of Small Business Strategy, 33(2), 51–66. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.1032212>
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. Intermediate Technology Publications.
- Ife, J. (2013). *Community development in an uncertain world: Vision, analysis and practice*. Cambridge University Press.
- Junaidi, M., Hakim, R., & Nur, S. (2020). *Digital transformation for community empowerment: A participatory approach*. Community Development Journal, 55(4), 712–728. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsz022>
- Pratiwi, N., Kurniawan, A., & Lestari, D. (2020). *Appropriate technology and entrepreneurship for rural women empowerment*. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 39(3), 289–304. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2020.106214>
- Rahmawati, E., & Susanto, D. (2022). *Strengthening MSMEs through digital literacy training*. Journal of Socio-Economic Empowerment, 4(1), 45–59. <https://doi.org/10.17509/jsee.v4i1.39322>
- Santoso, H., Mulyana, E., & Yuliani, R. (2021). *Developing local food SMEs through e-commerce and branding innovation*. Journal of Business and Management Research, 12(2), 100–115. <https://doi.org/10.5430/jbar.v12n2p100>
- Wulandari, T., Sari, P., & Pranata, B. (2021). *Digital marketing strategy for micro enterprises in Indonesia: A case study approach*. Journal of Asian Business and Economic Studies, 28(4), 287–299. <https://doi.org/10.1108/JABES-05-2021-0055>
- Yuliani, M., & Setiawan, R. (2019). *Empowerment model for women entrepreneurs through technology adoption*. International Journal of Innovation Science, 11(4), 556–570. <https://doi.org/10.1108/IJIS-03-2019-0045>