



Pengembangan Produk Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Tenjolaya, Kabupaten Bandung

**Eman Sulaiman^{1✉}, Kharisma Ellyana², Algibran Rajasmiraj Mubarak³,
Arsita Dwi Mulyani⁴, Fidela Lathifah⁵**

¹Program Studi Manajemen Bisnis Rekreasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom,
Bandung, Jawa Barat, Indonesia

^{2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung,
Jawa Barat, Indonesia

✉Corresponding Address: emans.aero@gmail.com

<i>Received</i>	<i>Revised</i>	<i>Accepted</i>
12-10-2025	12-10-2025	20-11-2025

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tenjolaya bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui inovasi pengolahan rendah gula dan pemasaran digital. Program ini berfokus pada pengembangan produk Kalua Jeruk dan Nougat dengan menggunakan pemanis alami seperti Stevia dan Gula Aren sebagai alternatif pengganti gula, serta penerapan strategi pemasaran berbasis digital. Pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM lokal tentang pentingnya konsumsi sehat dan cara memanfaatkan media sosial untuk promosi produk mereka. Hasilnya, terjadi peningkatan yang signifikan dalam kualitas produk dan penjualan melalui platform digital. Program ini juga mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) ke-12, yaitu Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab, dengan mengedepankan prinsip keberlanjutan dalam pengolahan produk lokal yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan potensi besar bagi pengembangan produk lokal di daerah wisata dengan mengintegrasikan inovasi produk dan pemasaran digital yang berkelanjutan.

Kata kunci: Inovasi Rendah Gula; Konsumsi Bertanggung Jawab; Pemasaran Digital; Pengembangan Produk; Produksi Bertanggung Jawab

ABSTRACT

The community service activity in Tenjolaya Village aims to enhance the competitiveness of local products through low-sugar processing innovation and digital marketing strategies. The program focuses on developing Kalua Jeruk and Nougat products by using natural sweeteners such as Stevia and Palm Sugar as sugar substitutes, along with implementing digital marketing strategies. The training provided successfully improved the understanding of local SMEs regarding healthy consumption and how to leverage social media for product promotion. As a result, there was a significant increase in product quality and sales through digital platforms. This program also supports the achievement of Sustainable Development Goal (SDGs) 12, Responsible Consumption and Production, by promoting sustainability in local product processing that is healthier and more environmentally friendly. The success of this activity demonstrates the great potential for local product development in tourist areas by integrating product innovation and sustainable digital marketing.

PENDAHULUAN

Desa Tenjolaya, yang terletak di Kabupaten Bandung, memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata dengan produk lokal yang khas, seperti Kalua Jeruk dan Nougat (Tricahyono et al., 2023). Meskipun produk-produk ini memiliki potensi untuk menjadi daya tarik wisata, mereka menghadapi tantangan signifikan dalam hal daya saing di pasar, terutama akibat kandungan gula yang tinggi. Masyarakat lokal, terutama para produsen UMKM, sering kali terbentur pada kesulitan dalam memasarkan produk mereka karena meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya pola makan sehat, serta perubahan tren gaya hidup yang mengarah pada konsumsi rendah gula (Setiadi & Ruswanti, 2024).

Di sisi lain, produk Kalua Jeruk dan Nougat yang merupakan hasil olahan khas desa, belum dioptimalkan melalui strategi pemasaran yang efektif (Djaelani et al., 2020). Penggunaan pemasaran konvensional yang masih dominan terbukti tidak cukup untuk menarik minat konsumen modern yang lebih terbiasa dengan promosi digital dan *online* (Rahayu et al., 2024). Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi pengolahan produk rendah gula menjadi kendala besar, mengingat banyak konsumen yang kini menginginkan alternatif produk dengan kandungan gula rendah atau tanpa gula (Zhang et al., 2024).

Potensi produk lokal Desa Tenjolaya sangat besar, namun masih terbatas oleh tantangan tersebut. Oleh karena itu, upaya untuk mengembangkan produk-produk lokal dengan inovasi, seperti pengolahan Kalua Jeruk dengan pengganti gula alami seperti Stevia, Gula Aren, dan Madu, menjadi krusial. Tidak hanya itu, penerapan strategi pemasaran berbasis digital juga diharapkan dapat membantu memperkenalkan produk ini kepada pasar yang lebih luas, khususnya wisatawan yang sadar Kesehatan (Renaldo et al., 2025; Saputro et al., 2025).

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan daya saing produk lokal Desa Tenjolaya melalui inovasi produk yang rendah gula serta penguatan strategi pemasaran digital yang berbasis pada kekuatan media sosial dan marketplace lokal. Harapannya dapat tercipta sebuah ekosistem yang mendukung pengembangan produk lokal secara berkelanjutan, yang pada gilirannya juga akan meningkatkan perekonomian desa dan jumlah kunjungan wisatawan

METODE PELAKSANAAN

Dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh komunitas mitra, khususnya produsen produk lokal di Desa Tenjolaya, kami mengimplementasikan metode yang terintegrasi antara pendidikan masyarakat, disseminasi sains dan teknologi, pelatihan, serta mediasi dan advokasi. Metode yang diterapkan bertujuan untuk memperkenalkan inovasi produk rendah gula, memperkuat pemahaman tentang pemasaran digital, serta meningkatkan keterampilan teknis dalam pengolahan

produk makanan sehat. Berikut adalah langkah-langkah yang diambil dalam pelaksanaan kegiatan ini:

Pendidikan Masyarakat

Pendidikan masyarakat dilakukan melalui kampanye kesadaran dan sesi konseling yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya pola makan sehat dan pengolahan makanan rendah gula. Kegiatan ini mengedukasi para produsen lokal tentang dampak negatif konsumsi gula berlebih terhadap kesehatan serta memperkenalkan alternatif pemanis alami, seperti Stevia dan Gula Aren. Kampanye ini dilakukan dengan melibatkan masyarakat setempat dalam diskusi interaktif dan penyuluhan di balai desa. Pengetahuan yang dibagikan juga mencakup cara-cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi kandungan gula dalam produk lokal mereka (K et al., 2025).

Diseminasi Sains dan Teknologi

Diseminasi sains dan teknologi dilakukan dengan mengembangkan dan menginformasikan penggunaan teknologi pengolahan produk rendah gula melalui pelatihan praktis (Tethool et al., 2024). Salah satu langkah penting adalah demonstrasi cara pembuatan Kalua Jeruk dengan pemanis alami, seperti Stevia dan Gula Aren. Kami juga mensosialisasikan informasi tentang manfaat penggunaan bahan alami ini untuk menggantikan gula pasir dalam produk lokal yang dihasilkan oleh masyarakat. Penyebaran informasi dilakukan melalui media sosial, brosur, serta video tutorial yang dapat diakses oleh masyarakat dan pelaku usaha lokal.

Pelatihan

Pelatihan diberikan untuk meningkatkan keterampilan teknis masyarakat dalam pengolahan produk makanan rendah gula. Pelatihan ini difokuskan pada teknik pembuatan produk Kalua Jeruk dengan substitusi gula menggunakan Stevia dan Gula Aren. Demonstrasi ini melibatkan langkah-langkah produksi, mulai dari pemilihan bahan baku (jeruk bali), pengolahan, hingga pengemasan produk. Selain itu, para peserta juga dilatih untuk memahami proses branding dan penentuan harga jual yang sesuai dengan pasar wisatawan. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk serta mengembangkan keterampilan baru dalam penggunaan bahan baku yang sehat dan alami (Chandra & Irwansyah, 2023).

Mediasi dan Advokasi

Mediasi dilakukan untuk membantu masyarakat dalam mengatasi hambatan-hambatan yang muncul selama proses produksi dan pemasaran produk lokal mereka. Salah satu kendala utama adalah kesulitan dalam memasarkan produk secara efektif. Oleh karena itu, kegiatan mediasi berfokus pada bantuan dalam menyusun strategi pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial dan *marketplace* lokal. Kami juga memberikan advokasi kepada komunitas untuk membangun kolaborasi yang lebih baik dengan pihak Bumdes dan pemerintah desa guna memperkuat jaringan distribusi produk (Sukardi, 2023).

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini mengadaptasi pendekatan yang telah diterbitkan dalam literatur sebelumnya, dengan penyesuaian untuk konteks lokal di Desa Tenjolaya. Sebagai contoh, penggunaan Stevia sebagai pengganti gula dalam produk kalua jeruk merupakan modifikasi dari teknik pengolahan makanan sehat yang telah banyak diterapkan di berbagai daerah (Dewi et al., 2025; Uyun et al., 2025).



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui tiga tahapan utama. Tahap persiapan diawali dengan analisis kebutuhan, penyusunan rencana program, penentuan metode, serta koordinasi dengan mitra sasaran. Selanjutnya, tahap pelaksanaan dilakukan dengan menjalankan program sesuai rencana. Setelah kegiatan selesai, dilakukan tahap evaluasi untuk menilai keberhasilan pelatihan, khususnya dalam mengukur sejauh mana peserta memahami materi yang diberikan. Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen berupa *pre-test* dan *post-test*, masing-masing terdiri dari lima soal pilihan ganda terkait inovasi produk rendah gula dan pemasaran digital. *Pre-test* diberikan sebelum pelatihan untuk mengukur pengetahuan awal peserta, sedangkan *post-test* diberikan setelah pelatihan untuk menilai peningkatan pemahaman. Setiap jawaban benar diberi skor 20, sehingga total skor maksimal yang dapat diperoleh peserta adalah 100.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tenjolaya difokuskan pada peningkatan daya saing produk lokal melalui inovasi produk rendah gula dan penerapan strategi pemasaran digital. Beberapa tahap utama yang telah dilaksanakan meliputi edukasi masyarakat mengenai pemanis alami, seperti Stevia dan Gula Aren, serta pelatihan dalam pembuatan Kalua Jeruk Rendah Gula. Pelatihan ini juga mencakup pembuatan kemasan yang menarik serta penggunaan media sosial sebagai sarana promosi.



Gambar 2. Proses Pelatihan Pengenalan Stevia sebagai alternatif pemanis produk Kalua Jeruk

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM lokal berhasil memahami dan menerapkan teknik pembuatan produk rendah gula. Data kuantitatif yang dikumpulkan selama pelatihan menunjukkan bahwa 85% peserta mengalami peningkatan pengetahuan mengenai penggunaan bahan pengganti gula alami dan 70% dari mereka telah memulai produksi Kalua Jeruk menggunakan Stevia dan Gula Aren. Selain itu, 90% peserta melaporkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka melalui platform digital setelah mengikuti pelatihan pemasaran online.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Beberapa faktor pendukung yang berhasil diidentifikasi selama pelaksanaan kegiatan adalah antusiasme masyarakat dalam mengikuti pelatihan, serta keterlibatan aktif dari BUMDes dan pemerintah desa yang mendukung proses produksi dan pemasaran produk. Kolaborasi yang baik antara masyarakat dan akademisi juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan inovasi produk.

Namun, terdapat juga beberapa penghambat yang perlu dicatat, terutama terkait dengan keterbatasan akses terhadap teknologi dan sumber daya yang dapat mendukung pemasaran digital. Meskipun pelatihan pemasaran digital telah dilakukan, beberapa pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkan platform seperti Instagram dan marketplace lokal secara optimal karena keterbatasan pengetahuan teknis dan akses ke perangkat yang memadai. Selain itu, meskipun produk rendah gula lebih disukai oleh konsumen yang sadar kesehatan, harga bahan baku pengganti gula yang lebih tinggi (seperti Stevia) menjadi tantangan dalam menjaga margin keuntungan.

Signifikansi Hasil Program

Keberhasilan program ini dapat dilihat dari peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan masyarakat terkait dengan inovasi produk rendah gula dan pemasaran digital. Indikator keberhasilan yang digunakan dalam program ini mencakup peningkatan jumlah produk yang diproduksi dengan pengganti gula alami,

serta peningkatan penjualan produk melalui platform digital. Data menunjukkan adanya peningkatan volume penjualan sebesar 30% pada produk Kalua Jeruk dan Nougat dalam periode dua bulan setelah pelatihan.

Selain itu, adanya kesadaran yang lebih besar di kalangan masyarakat mengenai pentingnya pola makan sehat dan konsumsi bijak juga menjadi indikator keberhasilan. Hal ini tercermin dalam diskusi dan interaksi yang lebih aktif di antara produsen lokal mengenai cara-cara mengurangi kandungan gula dalam produk mereka. Program ini juga berhasil menciptakan ekosistem pengelolaan produk lokal yang berkelanjutan, yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian desa dan mendukung wisatawan yang mencari oleh-oleh yang sehat dan alami.

Evaluasi

Untuk mengetahui efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pemahaman peserta mengenai inovasi produk rendah gula dan pemasaran digital, dilakukan analisis statistik terhadap skor pre-test dan post-test. Sebelum menentukan uji statistik yang digunakan, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas untuk menilai apakah data berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

No.		<i>Pre-Test</i>	<i>Post-Test</i>
1.	Nilai Skor Rata-rata	50	85
2.	Nilai Skor Standar Deviasi	12,5	7,3
3.	Hasil Uji Normalitas	$\rho = 0,09$	$\rho = 0,13$

Berdasarkan Tabel 1, Hasil uji normalitas menunjukkan nilai $p > 0.05$ untuk kedua tes, *pre-test* ($\rho = 0,09$) dan *post-test* ($\rho = 0,13$), yang berarti distribusi skor pada kedua uji tersebut berdistribusi normal. Dengan kata lain, data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut menggunakan uji parametrik, yang mengindikasikan bahwa distribusi skor cukup representatif untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman peserta.

Tabel 2. Hasil Uji Non-Parametrik *Wilcoxon Signed Ranks Test*

	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	<i>Z-Value</i>	<i>p-Value</i>
Skor 1	45	85	-4.87	0.0001
Skor 2	52	90	-4.72	0.0002
Skor 3	47	87	-4.95	0.0001
Skor 4	50	80	-4.60	0.0003
Skor 5	48	84	-4.85	0.0001

Berdasarkan Tabel 2, Hasil uji non-parametrik *Wilcoxon Signed Ranks Test* menunjukkan nilai ($\rho < 0,05$) untuk semua perbandingan antara *pre-test* dan *post-test*. Ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara skor *pre-test* dan *post-test*, yang berarti bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman peserta

secara substansial. *Z-value* yang negatif menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengalami peningkatan skor setelah mengikuti pelatihan, yang menandakan bahwa mereka telah memperoleh pengetahuan yang lebih baik mengenai materi yang diajarkan.

Berdasarkan hasil evaluasi PKM ini, dapat disimpulkan bahwa pelatihan yang dilaksanakan berhasil meningkatkan kompetensi peserta dalam hal pengolahan produk rendah gula dan pemasaran digital. Pemahaman peserta terhadap materi pelatihan mengalami peningkatan yang signifikan, sebagaimana tercermin dalam hasil uji Wilcoxon yang menunjukkan perbedaan yang jelas antara skor pre-test dan post-test. Secara keseluruhan, program ini berhasil membawa dampak positif dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh komunitas mitra dan membuka peluang baru bagi produk lokal Desa Tenjolaya untuk lebih dikenal di pasar yang lebih luas, khususnya dalam sektor wisata yang semakin berkembang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tenjolaya berhasil mengatasi permasalahan utama terkait daya saing produk lokal dengan memperkenalkan solusi inovatif seperti teknik pengolahan rendah gula dan strategi pemasaran digital. Pelaksanaan program pelatihan telah berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai alternatif produk sehat dan penggunaan platform digital untuk promosi. Hasil kegiatan ini menunjukkan dampak positif terhadap keterampilan peserta dan perekonomian lokal, yang tercermin dalam peningkatan penjualan produk dan daya tarik pasar yang lebih besar. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan biaya bahan pengganti gula yang lebih tinggi masih menjadi hambatan. Untuk pengembangan di masa depan, disarankan agar lebih memfokuskan pada penyediaan akses yang lebih baik terhadap alat digital serta mendukung produsen lokal untuk memperoleh bahan baku pengganti gula yang terjangkau. Selain itu, memperluas kolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal lainnya dan memperkuat kehadiran online dapat lebih meningkatkan potensi pasar produk lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan apresiasi dan terima kasih kepada PPM Telkom University atas dukungan pendanaan kegiatan ini melalui Skema Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Wilayah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 2025. Penghargaan juga diberikan kepada Desa Tenjolaya Kecamatan Pasir Jambu Kabupaten Bandung atas kerjasama, dukungan fasilitas dan partisipasi aktif masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, R. A., & Irwansyah, I. (2023). Pengembangan Kualitas Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk Home Industry Madu Lebah Kelulut "Nano Alami." *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 12(3), 54–61. <https://doi.org/10.20527/jbp.v12i3.17985>
- Dewi, A. C., Hadyanawati, A. A., Sarinindiyan, J. A. A. N., & Putra, H. (2025).

Pemanfaatan Tanaman Stevia Sebagai Pemanis Alami Pengganti Gula. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 9(2), 25–32. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i2.4062>

- Djaelani, S., Asyari, Y., Yuliani, Y., & Suryadi, H. (2020). Strategi Pemasaran Buah Jeruk Petani Melalui Bumdes Desa Karang Bunga Kecamatan Mandastana. *Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.30651/hm.v1i2.5396>
- K, M. I., Bakri, S., Herawaty, H., Syahidah, S., Makkarennu, M., & Syahid, M. (2025). Penerapan Inovasi Teknologi Pengolahan Gula Semut di Desa Gantarang, Kabupaten Sinjai. *Jurnal Tepat (Teknologi Terapan Untuk Pengabdian Masyarakat)*, 8(1), 46–58. https://doi.org/10.25042/jurnal_tepat.v8i1.551
- Rahayu, W., Novianti, L., & Istiqomah, Y. (2024). Kombinasi Digital Marketing, Marketing Konvensional Dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM Di Kampung Cikandang. *Jurnal Inovasi Masyarakat*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.33197/jim.v4i1.1959>
- Renaldo, N., Veronica, K., Panjaitan, H. P., Junaedi, A. T., Fadrul, F., Andi, A., Suhardjo, S., Susanti, W., Tendra, G., & Jahrizal, J. (2025). Building a Value-Oriented Digital Business Model for Traditional Anti-Migraine Herbal Tea Products. *Luxury: Landscape of Business Administration*, 3(1), 40–53. <https://doi.org/10.61230/luxury.v3i1.125>
- Saputro, H. G., Rachmawati, A. N., & Hadi, P. P. (2025). Jamu Potential as Tourism Attraction of Sukoharjo, Central Java–A Review. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 4(3), 215–222. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i3.6065>
- Setiadi, I., & Ruswanti, E. (2024). Analisa Kesadaran Masyarakat Terhadap Pola Hidup Sehat Dengan Makanan Organik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 20–25.
- Sukardi, S. (2023). Kinerja Badan Usaha Milik Desa Dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Desa. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(2), 120–128. <https://doi.org/10.33627/pk.62.1257>
- Tethool, E. F., Jading, A., & Dewi, A. M. P. (2024). Diseminasi Teknologi Tepat Guna Pengembangan Produk Olahan Sagu untuk Peningkatan Ekonomi UMKM di Kabupaten Manokwari-Papua Barat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(7), 1269–1274. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i7.7104>
- Tricahyono, D., Rismayani, R., & Manuel, B. (2023). Rancangan Strategi Inovasi Desa Wisata Tenjolaya di Kabupaten Bandung dengan Pendekatan Design Thinking. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(3), 118–132. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i3.654>
- Uyun, H. S. K., Fajrina, A., Wiliantari, S., Makmur, I., Oktavia, S., Bellatasie, R., Sari, Y. N., Kardela, W., & Octavia, M. D. (2025). Pelatihan Pembuatan Teh Stevia dan Manfaatnya Sebagai Pemanis alami. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1014–1019. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2278>
- Zhang, G., Zhang, L., Ahmad, I., Zhang, J., Zhang, A., Tang, W., Ding, Y., & Lyu, F. (2024). Recent advance in technological innovations of sugar-reduced products. *Critical*

Reviews in Food Science and Nutrition, 64(15), 5128–5142.
<https://doi.org/10.1080/10408398.2022.2151560>