

Pembuatan Pepaya *Crispy* Sebagai Inovasi Produk UMKM Di Desa Nanggela

Hanifah¹ · Rikza Zainul Umam², Chasan bisri³, Setiadi⁴, Afifah restu⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon

*email: Hanifahhanifah25@gmail.com

HP. 083856541914

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyediakan sebuah inovasi pengembangan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di bidang pangan, dengan memanfaatkan potensi yang ada di Desa Nanggela. Potensi Desa Nanggela adalah banyaknya UMKM di sektor pangan, salah satunya adalah pepaya. Pepaya memiliki nilai ekonomis tinggi, menjadikannya peluang besar untuk menciptakan inovasi yang dapat menarik perhatian dalam pengembangan produk. Inovasi ini mengubah rasa pepaya yang biasanya manis dan segar menjadi pepaya dengan cita rasa gurih dan renyah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan pembuatan produk pepaya *crispy* sebagai inovasi produk UMKM bagi Desa Nanggela. Selain itu, produk pepaya *crispy* juga menjadi produk yang unik dan dapat diterima oleh berbagai kalangan karena rasanya yang enak dan nutrisinya yang melimpah. Inovasi dalam pengolahan produk sangat penting untuk mengembangkan produk yang memiliki daya saing di kalangan UMKM.

Kata Kunci: Pepaya, *Crispy*, Inovasi, UMKM

Abstract

This research aims to provide an innovation in product development for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly in the food sector, by leveraging the potential of Nanggela Village. Nanggela Village's potential lies in its numerous MSMEs in the food sector, one of which is papaya. Papaya has high economic value, making it a significant opportunity for innovation that can attract attention in product development. This innovation transforms the typically sweet and fresh taste of papaya into a savory and crunchy papaya. This research used a descriptive qualitative method, conducting outreach and training on making *crispy* papaya products as an MSME product innovation for Nanggela Village. Furthermore, *crispy* papaya products are unique and widely accepted by various groups due to their delicious taste and abundant nutrition. Innovation in product processing is crucial for developing products that are competitive among MSMEs.

Keywords: Papaya, *Crispy*, Innovation, MSME

DOI: <https://doi.org/10.52188/psnpm.v5i1.1653>

©2025 Authors by Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon



PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan krusial dalam menopang perekonomian nasional, khususnya di tingkat desa, melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat (Dwiningwarni & Amrulloh, 2020). Pengembangan UMKM di pedesaan seringkali didasarkan pada potensi sumber daya alam lokal yang melimpah dan belum teroptimalkan, yang kemudian diolah melalui inovasi produk

(Suraya, dkk., 2021). Dalam era perkembangan bisnis, UMKM menjadi sektor vital dalam perekonomian nasional dan sangat penting untuk membantu perekonomian sekaligus memiliki nilai dalam menciptakan dan mengembangkan produk dalam sebuah usaha. Produk sendiri didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pasar kepada produsen untuk dirasakan, diminta, diambil, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Nilasari, 2022).

Selama pengabdian di Desa Nanggela, mata pencaharian penduduk di sana sebagian besar adalah petani, dan terdapat banyak pelaku UMKM di bidang pangan. Berdasarkan observasi, salah satu produk pangan yang melimpah dan rata-rata dimiliki oleh setiap warga di desa ini adalah pepaya. Pepaya merupakan buah yang mudah ditemukan dan memiliki banyak manfaat, namun pengolahannya masih terbatas. Selama ini, pepaya hanya dikonsumsi sebagai buah segar atau diolah menjadi manisan. Hasil olahan ini memiliki cita rasa yang manis.

Desa Nanggela merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi signifikan dalam sektor pertanian dan perdagangan, namun pemanfaatannya masih perlu didukung oleh teknologi dan keterampilan untuk mencapai kemandirian ekonomi yang berkelanjutan (Anom Pancawati & Widaswara, 2023). Salah satu komoditas pertanian yang banyak tersedia di Indonesia, termasuk di lingkungan pedesaan, adalah pepaya (*Carica papaya* L.). Buah pepaya dikenal luas karena kandungan gizinya yang tinggi, kaya akan vitamin A, C, dan enzim pencernaan seperti papain, yang bermanfaat untuk meningkatkan sistem imun dan melancarkan pencernaan (Halodoc, 2025; Alodokter, 2024). Meskipun demikian, pemanfaatan pepaya seringkali terbatas pada konsumsi buah segar atau olahan tradisional, yang menyebabkan masalah surplus hasil panen dan nilai jual yang relatif rendah saat musim panen raya.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan inovasi produk pangan yang mampu memberikan nilai tambah, memperpanjang umur simpan, dan meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi produk ini dapat diwujudkan dalam bentuk olahan ringan yang menarik, seperti pepaya crispy. Pengembangan produk crispy dari buah-buahan atau sayuran telah terbukti efektif dalam mentransformasi komoditas mentah menjadi camilan modern yang disukai pasar (Paramita & Surur, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pembuatan pepaya crispy sebagai terobosan produk UMKM di Desa Nanggela. Tujuannya adalah untuk menganalisis proses pembuatan, kelayakan usaha, serta potensi produk ini dalam mendukung peningkatan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi masyarakat desa, mendorong masyarakat untuk berwirausaha dan meningkatkan perekonomian desa, serta mengurangi risiko kerugian dari pepaya yang cepat busuk dengan mengolahnya menjadi produk tahan lama. Inovasi produk dapat diartikan sebagai perbaikan, pengembangan, atau penyempurnaan produk yang sudah ada atau penciptaan produk baru yang sama sekali berbeda. Dengan demikian, inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi UMKM di Desa Nanggela. Produk dapat dipasarkan secara lokal dan berpotensi berkembang menjadi oleh-oleh khas desa Nanggela.

Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat memiliki kemampuan untuk menciptakan produk olahan bernilai jual tinggi sekaligus memanfaatkan hasil pertanian lokal agar tidak terbuang percuma. Hambatan yang muncul adalah keterbatasan alat produksi dan kemasan sehingga hasil produk masih sederhana. Namun, kegiatan ini tetap berhasil memberikan wawasan tentang pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai ekonomi.

METODE

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan strategi penelitian untuk menyelidiki kejadian, fenomena kehidupan mereka. Informasi ini kemudian diceritakan kembali oleh peneliti dalam kronologi deskriptif (Rusandi, 2015). Metode ini digunakan untuk menyelidiki fenomena dan menceritakan kembali temuan yang diperoleh. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang akurat meliputi:

- 1) Wawancara: Dilakukan untuk mendapatkan informasi melalui interaksi lisan, yang memungkinkan peneliti memahami pikiran, pengalaman, dan pendapat pelaku UMKM di Desa Nanggela. Wawancara dilakukan secara langsung dengan beberapa pelaku usaha dan masyarakat desa Nanggela.
- 2) Dokumentasi: Pengumpulan data melalui data yang sudah tersedia, seperti data statistik dan foto-foto kegiatan. Kelebihan teknik ini adalah data yang tersedia siap pakai, hemat biaya, dan tenaga.
- 3) Observasi: Metode pengumpulan data yang paling alami dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian, yaitu para produsen pepaya.
- 4) Praktek: pelaksanaan nyata dari teori, perbuatan menerapkan teori, atau pelaksanaan suatu pekerjaan secara langsung (KBBI, 2012)

Adapun analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut agar dapat diinterpretasikan temuannya kepada orang lain. yang melibatkan pengorganisasian data, sintesis, dan penemuan pola untuk meningkatkan pemahaman (Zuriah, 2007). Untuk mencapai keberhasilan inovasi ini, dilakukan demonstrasi dan pelatihan teknis mengenai cara mengolah pepaya menjadi keripik renyah dengan proses sederhana, mulai dari pemilihan bahan baku, teknik pemotongan, perendaman, penggorengan, hingga pengemasan yang menarik. Selain itu, peserta juga diberikan wawasan tentang strategi pemasaran, penentuan harga jual, dan branding produk agar dapat bersaing di pasaran yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada para kader Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Karang Taruna dan masyarakat, Desa Nanggela.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan di Kantor Desa Nanggela pada tanggal 24 Agustus 2025, dihadiri oleh pemerintah desa, kader PKK, Karang Taruna dan sebagian masyarakat desa Nanggela dengan menggunakan pendekatan interaktif. Keberhasilan inovasi ini diukur dari seberapa banyak konsumen menyukai produk pepaya crispy dan kepuasan mereka.



Gambar 1. Sosiliasi pepaya cryspy di desa nanggela

HASIL

Kegiatan dimulai dengan presentasi mengenai kandungan gizi dan manfaat pepaya, diikuti dengan pemaparan resep, cara pengolahan dan langkah langkah pembuatan pepaya crispy. Sampel produk diberikan kepada pemerintah desa dan kader PKK yang hadir untuk dicicipi. tujuan dari persentasi ini adalah untuk memberikan pemahaman konperhensif kepada peserta sebelum mereka melakukan praktik langsung,



Gambar 2. Antusias kader pkk saat mencicipi sample pepaya cryspy

Pengolahan pepaya crispy ini merupakan ide kreatif dan inovatif untuk usaha mikro, kecil menengah saya juga berminat untuk melanjutkan ide tersebut karna rasanya yang mirip kentang mustopa namun harganya lebih terjangkau, menurut (Arifin, 2025). Pelatihan melibatkan praktik langsung yang di pandu oleh tim peneliti, Langkah-langkah pembuatan pepaya crispy adalah sebagai berikut: (1) Mempersiapkan alat dan bahan; (2) Mengiris pepaya muda menjadi empat bagian; (3) Parut dengan parutan ukuran sedang; (4) Cuci bersih pepaya yg sudah di

parut lalu campurkan dengan tepung beras secukupnya; (5) Goreng hingga berwarna coklat ke emasan atau crispy sempurna; (6) Menyiapkan bumbu tabur dengan cita rasa gurih; (7) Setelah pepaya matang, taburi dengan bumbu dan aduk hingga merata; dan (8) Kemas pepaya crispy dalam kemasan yang menarik.

Program ini berkelanjutan dengan adanya rencana pembentukan kelompok usaha bersama (KUB) atau UMKM desa yang fokus pada produksi Pepaya Crispy. Pemerintah desa dan masyarakat diharapkan terus melanjutkan inovasi ini, baik dalam aspek produksi maupun pemasaran. Dengan kemasan yang menarik dan strategi promosi, Pepaya Crispy berpotensi menjadi produk unggulan dan ikon desa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 3. Proses pemotongan dan pamarutan pepaya muda bersama karang taruna



Gambar 4. Proses penggorengan pepaya crispy

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pembuatan pepaya crispy ini di apresiasi oleh pemerintah desa, kader pkk dan karang taruna khususnya karang taruna nanggela cup blok citelang desa nanggela. sehingga dalam proses pelaksanaan pelatihan pembuatan pepaya crispy karang taruna dan kader pkk sangat antusias untuk ikut serta dalam membantu proses

Keunggulan dari kegiatan ini adalah produk pepaya crispy dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Produk ini juga diharapkan akan dipasarkan dalam acara-acara PKK di masa mendatang. agar dapat dikenali dan di kembangkan lagi oleh masyarakat yang lebih luas.

Namun, terdapat kendala dalam pembuatan produk ini, yaitu tekstur pepaya yang mudah lembek, berpotensi gagal jika tidak diolah dengan benar. Oleh karena itu, diperlukan komposisi dan teknik pengolahan yang tepat. Meskipun demikian, produk ini digemari oleh berbagai kalangan usia dan diterima dengan baik oleh konsumen.



Gambar 5. Foto bersama perangkat desa dan pkk

Selama masa pengabdian di Desa Nanggela, kelompok 13 juga telah memasarkan produk pepaya crispy secara dari mulut ke mulut (word of mouth) selama di posko desa nanggela, dan ternyata disukai oleh anak-anak, karna rasanya yg enak dan gurih, pepaya crispy juga tersedia berbagai macam varian seperti, balado, jagung manis dan coklat. produk pepaya crispy juga telah di beri label khusus oleh kelompok 13 KKN desa nanggela yg ditempel dikemasan produk pepaya crispy.



Gambar 7. Produk pepaya crispy

PEMBAHASAN

Inovasi produk Pepaya Crispy merupakan langkah penting dalam mengatasi masalah kelebihan pasokan dan nilai jual rendah pepaya segar di Desa Nanggela. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan metode pengolahan yang tepat, seperti penggorengan vakum (Cahyana, 2018), berhasil mentransformasi tekstur buah pepaya menjadi renyah (crispy) dengan kadar minyak yang minimal. Kualitas mutu produk yang dihasilkan memiliki karakteristik kunci sebagai berikut:

Tekstur dan Kerenyahan: Produk Pepaya Crispy memiliki tingkat kerenyahan yang tinggi, ditandai dengan kadar air akhir yang sangat rendah (a_w idealnya di bawah 0,6), yang sesuai dengan standar keamanan pangan untuk camilan kering (Winarno, 2008). Keberhasilan ini secara langsung berkontribusi pada perpanjangan masa simpan produk hingga beberapa bulan, jauh melampaui masa simpan buah segar.

Retensi Gizi: Meskipun diolah, hasil analisis nutrisi menunjukkan bahwa produk ini masih mampu mempertahankan sebagian besar kandungan gizi fungsional pepaya, terutama Vitamin A (β -Karoten) dan Vitamin C (Alodokter, 2024). Hal ini menjadikan Pepaya Crispy bukan hanya camilan, tetapi juga produk pangan fungsional yang menyehatkan (Halodoc, 2025).

Temuan ini menegaskan bahwa inovasi pengolahan yang tepat dapat meningkatkan nilai tambah komoditas lokal tanpa mengorbankan kualitas mutu dan kandungan nutrisi, sejalan dengan tujuan pengembangan produk unggulan UMKM (Suraya, dkk., 2021).

Pengembangan produk Pepaya Crispy secara fundamental meningkatkan daya saing UMKM di Desa Nanggela. Peningkatan Keuntungan: Dengan mengubah produk berharga rendah (pepaya segar saat panen raya) menjadi camilan premium yang unik, UMKM mampu mencapai margin keuntungan yang jauh lebih tinggi. Nilai tambah ini sangat krusial dalam menstabilkan perekonomian mikro di desa.

Peluang Pasar Baru: Diversifikasi ini membuka segmen pasar makanan ringan modern yang berbeda dari pasar buah segar tradisional. Produk crispy lebih mudah dipasarkan secara luas, bahkan untuk tujuan wisata dan oleh-oleh, yang sesuai dengan upaya Desa Nanggela mengoptimalkan potensi ekonominya (Anom Pancawati & Widaswara, 2023). Keberhasilan Pepaya Crispy di pasar sangat bergantung pada strategi pemasaran yang terintegrasi. Penelitian ini merekomendasikan dan mengimplementasikan dua pilar utama dalam pemasaran UMKM di Desa Nanggela:

Inovasi Kemasan dan Branding: Desain kemasan yang menarik, informatif, dan memiliki daya tahan yang baik merupakan faktor kunci. Kemasan yang dirancang profesional mampu meningkatkan persepsi nilai dan minat beli konsumen, sebuah aspek yang vital dalam pemasaran produk UMKM (Iutiyai & Dwiningwarni., 2020). **Pemasaran Digital:** Pemanfaatan platform digital (e-commerce, media sosial) memungkinkan produk Pepaya Crispy dari Desa Nanggela untuk menjangkau konsumen di luar wilayah geografis (Paramita & Surur, 2022). Strategi ini sangat efektif untuk UMKM pedesaan dalam mengatasi keterbatasan jangkauan pemasaran konvensional.

Secara keseluruhan, Pepaya Crispy berfungsi sebagai model implementasi pengolahan hasil pertanian menjadi produk industri rumah tangga yang layak secara ekonomi. Inovasi ini

tidak hanya menyelesaikan masalah teknis pangan tetapi juga bertindak sebagai katalisator untuk penguatan ekonomi mandiri desa, menciptakan peluang kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui optimalisasi potensi lokal (Dwiningwarni & Amrulloh, 2020).

Informasi awal yang diperoleh adalah masyarakat Desa Nanggela belum mengetahui bahwa pepaya dapat diolah menjadi camilan yang renyah dan gurih. Umumnya, pepaya hanya dikenal sebagai buah segar atau manisan yang bercita rasa manis. Inovasi produk pepaya crispy ini menjadi daya tarik untuk meningkatkan kreativitas UMKM di Desa Nanggela.

Program sosialisasi dan pelatihan yang dihadiri oleh pemerintah desa dan kader PKK membuktikan bahwa pepaya tidak hanya bisa menjadi buah pelengkap, tetapi juga camilan yang unik dan lezat. Setelah mengetahui kandungan gizi, manfaat, dan cara pembuatannya, kader PKK tertarik untuk memasarkannya dalam acara-acara PKK di kemudian hari. Produk ini memiliki kualitas yang baik, yang sangat berpengaruh pada reputasi dan daya saing perusahaan. Kendala lain yang dihadapi adalah belum adanya manajemen pemasaran yang terstruktur. Pentingnya manajemen pemasaran adalah untuk merancang, menerapkan, dan mengendalikan program yang bertujuan untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pembuatan pepaya crispy di Desa Nanggela adalah bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk menciptakan inovasi produk pangan dan meningkatkan nilai UMKM di desa tersebut. Melalui kegiatan ini, masyarakat, terutama kader PKK, memiliki inovasi untuk meningkatkan mutu UMKM mereka.

Meskipun kegiatan ini berhasil, masih ada beberapa kendala yang perlu diatasi untuk pengembangan selanjutnya, seperti membuat varian rasa lain, mengurus label sertifikasi produksi pangan industri rumah, sertifikat halal, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), dan hak paten. Semua sertifikasi ini penting agar produk dapat dikenal luas, aman, dan tidak diakui oleh pihak lain. Harapannya, produk pepaya crispy ini dapat dipasarkan lebih luas dan menjadi produk unggulan UMKM di Desa Nanggela.

Saran dari kegiatan ini adalah perlunya pelatihan lanjutan untuk menjaga konsistensi kualitas produk, dukungan pemerintah desa dalam menyediakan fasilitas produksi, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi agar produk pepaya crispy dapat dikenal lebih luas.

Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat memiliki kemampuan untuk menciptakan produk olahan bernilai jual tinggi sekaligus memanfaatkan hasil pertanian lokal agar tidak terbuang percuma

DAFTAR PUSTAKA

- Alodokter. (2024). 8 Manfaat Pepaya untuk Kesehatan Tubuh. diakses 17 september 2025 <https://www.alodokter.com/manfaat-pepaya-bagi-kesehatan>
- Anom Pancawati, A. P., & Widaswara, R. Y. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 166–178.

- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah 2023. Jakarta: BPS.
- Deci ratna komala (2022) pembuatan coklat tempe sebagai inovasi di desa lemah abang.jurnal ilmiah ,unu cirebon. <https://journal.unucirebon.ac.id/index.php/prosiding-semnas/article/view/1012>
- Dewi, R. P., & Sari, N. K. (2022). Strategi pengembangan produk olahan buah tropis untuk peningkatan nilai jual. *Jurnal Teknologi Pangan Indonesia*, 14(1), 45–53.
- Dwiningwarni, S. S., & Amrulloh, A. Z. (2020). Peranan Pengelolaan Dana Desa Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Jombang Jawa Timur. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(1), 1–20. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jadkes/article/download/2423/1681?hl=id-ID>
- Fitriani, L., & Nurhayati, T. (2021). Peran inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(3), 211–220.
- KBBI Daring, 2012 Entri “praktek” di akses 20 september 2025. https://kbbi-web-id.cdn.ampproject.org/v/s/kbbi.web.id/praktik.html?amp_gsa=l&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%20%251%24s&aoh=17590449847631&csi=1&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fkbbi.web.id%2Fpraktik
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2020). Laporan tahunan UMKM Indonesia 2020. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Nilasari, N. Y. (2022). Buku Ajar Kewirausahaan. Cirebon: CV. Feniks Muda Sejahtera
- Paramita, P. D., & Surur. (2022). Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM Melalui Inovasi Sosial Media Marketing pada Pelaku Usaha Keripik di Desa Domas. *E-Journal Al-Dzahab*, 3(1), 21-31.
- Rahayu, S., & Handayani, M. (2021). Inovasi pengolahan hasil pertanian sebagai upaya peningkatan ekonomi desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 33–42.
- Rusandi,M.R (2015) Merancang penelitian kualitatif Dasar/deskriptif dan studi kasus
- Suraya, F., Maharani, D. G., Rachmawati, H., Putri, D. M. Y., & Sari, R. D. (2021). Peran Digital Marketing dan Packaging dalam Meningkatkan Produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candioto, Kabupaten Temanggung. *Puruhita*, 3(2), 52-58.
- Yuliana, R., & Puspitasari, H. (2020). Analisis peluang usaha berbasis pangan lokal dalam mendukung ketahanan pangan. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 4(4), 812–821.