JPPMI: Jurnal Pelayanan dan Pemberdayaan Masyarakat Indonesia E-ISSN: 3124-2669
Volume 1, Nomor 4, Oktober 2026 *pp. 209–213*
https://adrianimandiri.id/index.php/JPPMI

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kampung Manggis melalui Pengembangan Produk Turunan dan Pemasaran Digital di Kota Padang

Community Economic Empowerment in Kampung Manggis Through the Development of Value-Added Products and Digital Marketing in Padang City

Yefri Reswita
Universitas Baiturrahmah
Correspondence Email: yreswita@yahoo.com

Abstrak

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya meningkatkan produktivitas dan kreativitas untuk mendorong kemandirian ekonomi serta mengurangi kemiskinan. Kampung Manggis, Kecamatan Pauh, Kota Padang, merupakan kawasan kampung tematik yang memiliki potensi buah manggis. Namun, selama ini hasil panen manggis hanya dipasarkan secara lokal dalam bentuk buah segar, sehingga nilai ekonominya belum optimal. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dalam mengolah bagian-bagian buah manggis menjadi produk bernilai jual menjadi kendala dalam pengembangan potensi ekonomi masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola potensi buah manggis melalui pengembangan produk turunan dan pemasaran digital. Solusi yang ditawarkan meliputi empat kegiatan, yaitu pembinaan pengelolaan tanaman manggis, promosi Kampung Manggis melalui media digital, pelatihan pengolahan buah manggis menjadi berbagai produk turunan, serta pelatihan pemasaran produk. Melalui kegiatan ini, masyarakat diharapkan mampu meningkatkan keterampilan dalam pengelolaan hasil panen, menghasilkan produk inovatif dan bernilai ekonomis, serta memperluas jangkauan pemasaran. Dengan demikian, pengembangan potensi buah manggis di Kampung Manggis diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat, dan mendukung pengembangan kawasan tematik secara berkelanjutan.

Kata Kunci: pengetahuan, keterampilan, konsultasi, kreatifitas, produktifitas.

Abstract

Community empowerment is an effort to improve productivity and creativity in order to promote economic independence and reduce poverty. Kampung Manggis, located in Pauh District, Padang City, is a thematic village with significant potential for mangosteen production. However, mangosteen harvests have traditionally been marketed only in local markets as fresh fruit, resulting in suboptimal economic value. Furthermore, limited human resources and skills in processing various parts of the mangosteen fruit into marketable products have become obstacles to developing the community's economic potential. This community service program aims to improve the community's capacity to manage mangosteen resources through the development of derivative products and digital marketing. The proposed solutions consist of four activities: capacity building in mangosteen cultivation and management, promotion of Kampung Manggis through digital media, training in processing mangosteen into various derivative products, and product marketing training. Through these activities, the community is expected to enhance its skills in post-harvest management, produce innovative products with economic value, and expand market reach. Therefore, the

Article History:
Submitted: 03-11-2026**,** Revised: 09-11-2026**,** Accepted: 11-11-2026**,** Published 14-11-2026

development of mangosteen potential in Kampung Manggis is expected to increase product added value, strengthen community economic independence, and support the sustainable development of the thematic village.

Keywords: community empowerment, mangosteen, daerivative products, digital marketing, economic independence.

PENDAHULUAN

Kampung Manggis yang terletak di Kelurahan Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi dan pertanian berbasis komoditas buah manggis. Potensi tersebut didukung oleh keberadaan perkebunan manggis yang menjadi salah satu sumber penghidupan masyarakat setempat. Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Ketua LPM Limau Manis, luas kebun manggis di wilayah tersebut diperkirakan mencapai 2.000 hektare dengan produksi sekitar 500 ton pada setiap musim panen. Potensi ini menjadi peluang untuk mengembangkan kegiatan ekonomi masyarakat melalui pengolahan hasil pertanian, pengembangan produk bernilai tambah, serta penguatan pemasaran. Selain dikonsumsi sebagai buah segar, manggis juga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi berbagai produk turunan yang dapat dimanfaatkan sebagai produk pangan maupun produk olahan lainnya.

Meskipun memiliki potensi produksi yang cukup besar, kondisi masyarakat Kampung Manggis menunjukkan bahwa pemanfaatan hasil perkebunan belum sepenuhnya optimal. Selama ini, sebagian besar hasil panen manggis masih dipasarkan dalam bentuk buah segar melalui penjualan di tingkat lokal maupun antardaerah. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah buah manggis menjadi produk turunan menyebabkan peluang peningkatan nilai ekonomi komoditas tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Selain itu, kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan dan memasarkan produk juga masih perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pendampingan yang melibatkan masyarakat, khususnya kelompok keluarga petani dan ibu rumah tangga, sebagai mitra dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi masyarakat Kampung Manggis, yaitu: (1) terbatasnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pengelolaan tanaman serta pemanfaatan hasil panen manggis; (2) belum optimalnya kemampuan masyarakat dalam mengembangkan produk turunan manggis yang memiliki nilai tambah ekonomi; (3) terbatasnya kemampuan mitra dalam melakukan promosi dan pemasaran produk melalui media digital dan lokapasar (*marketplace*); serta (4) belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal untuk mendukung pengembangan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Permasalahan tersebut perlu ditangani melalui kegiatan pemberdayaan yang tidak hanya

berorientasi pada peningkatan keterampilan produksi, tetapi juga pada penguatan kemampuan pemasaran dan kewirausahaan masyarakat.

Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian menawarkan beberapa solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra, yaitu pembinaan mengenai pengelolaan tanaman manggis, edukasi dan pelatihan pengolahan buah manggis menjadi berbagai produk turunan, pendampingan promosi Kampung Manggis melalui media digital, serta pelatihan pemasaran produk dengan memanfaatkan lokapasar (*marketplace*). Kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam membuat foto produk, video promosi, dan caption pemasaran yang menarik sehingga produk yang dihasilkan memiliki peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Kampung Manggis dalam mengoptimalkan potensi komoditas manggis melalui pengembangan produk turunan dan pemanfaatan pemasaran digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat mampu meningkatkan nilai tambah hasil pertanian, mengembangkan kreativitas dan semangat kewirausahaan, serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan demikian, kegiatan pemberdayaan ini diharapkan dapat mendukung penguatan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal dan mendorong pengembangan Kampung Manggis sebagai kawasan agrowisata yang produktif dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Prosedur Kerja

Prosedur kerja kegiatan pengabdian kepada masyarakat disusun berdasarkan konsep ekonomi produktif dan rencana kegiatan yang telah disepakati bersama mitra. Tahap inisiasi dilakukan melalui analisis situasi dan kondisi mitra, setelah diketahui prioritas masalah dan solusi atas permasalahan mitra dilanjutkan ke tahap persiapan sebagai berikut: Tahap pertama dilakukan melalui kegiatan pendampingan kepada mitra, tahap kedua memberikan edukasi kepada masyarakat tentang berbagai produk turunan yang dapat dihasilkan dari buah manggis, setelah tahap pendampingan dan persiapan, kegiatan dilanjutkan ke tahap pelaksanaan yang meliputi: sosialisasi dan pelatihan untuk menghasilkan produk turunan dari buah manggis serta promosi melalui media digital, pemantauan dan perbaikan pelaksanaan PKM (jika diperlukan). Tahap akhir, dilakukan evaluasi pelaksanaan PKM ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh tim pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah adalah sebagai berikut :

1. Peserta telah membuat akun pada aplikasi marketplace.
2. Peserta mampu memasukkan harga dan alamat penjual serta menggunakan kode promo yang ada di lokapasar (*marketplace*).
3. Peserta mampu membuat tulisan atau caption yang menarik minat pelanggan untuk membeli produk.
4. Peserta mampu membuat foto dan video sederhana yang dapat menarik minat calon pembeli.
5. Peserta diberikan tutorial, diperlihatkan contoh secara langsung, dan dibimbing mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kampung Manggis, Kelurahan Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang, telah terlaksana dengan baik dan memperoleh respons positif dari peserta. Kegiatan ini memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat dalam memanfaatkan potensi buah manggis serta mengembangkan pemasaran produk melalui teknologi digital. Capaian kegiatan terlihat dari kemampuan peserta dalam membuat akun lokapasar (*marketplace*), memasukkan informasi produk dan harga, menggunakan kode promosi, serta membuat foto, video, dan caption yang menarik untuk mendukung kegiatan pemasaran.

Pelatihan dan pendampingan yang diberikan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan praktis peserta dalam memanfaatkan lokapasar (*marketplace*) dan media digital sebagai sarana promosi produk. Meskipun demikian, peningkatan pendapatan masyarakat belum dapat disimpulkan karena belum dilakukan pengukuran terhadap perubahan penjualan maupun pendapatan sebelum dan setelah kegiatan.

Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan secara berkala, konsistensi penggunaan lokapasar (*marketplace*) dan media sosial, serta pengembangan produk turunan manggis yang memiliki nilai tambah. Selain itu, diperlukan dukungan pemerintah daerah dan pihak terkait agar masyarakat dapat terus mengembangkan keterampilan produksi, pengemasan, dan pemasaran digital secara mandiri. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal Kampung Manggis.

DAFTAR PUSTAKA

1. Cusolito AP, Maloney WF. Productivity revisited: shifting paradigms in analysis and policy. Washington (DC): World Bank; 2018.
2. Palakawong C, Delaquis P. Mangosteen processing: a review. J Food Process Preserv. 2018;42(10). doi:10.1111/jfpp.13744.

3. Aizat WM, Ahmad-Hashim FH, Syed Jaafar SN. Valorization of mangosteen, “The Queen of Fruits,” and new advances in postharvest and in food and engineering applications: a review. J Adv Res. 2019;20:61-70. doi:10.1016/j.jare.2019.05.005.
4. Andarwulan N, Nur'Azizah F, Koswara S. Pengembangan produk minuman dari daging buah manggis (Garcinia mangostana L.) beku. J Mutu Pangan. 2020;7(1):1-6. doi:10.29244/jmpi.2020.7.1.1.
5. Soontornwat A, Pongsuttiyakorn T, Rakmae S, Sritham E, Sirisomboon P, Pun UK, et al. Mangosteen pericarp processing technology to create economic value and reduce biowaste. Foods. 2024;13(14):2286. doi:10.3390/foods13142286.
6. Noormahesa R, Nuraini C, Unang. Faktor-faktor yang memengaruhi produksi manggis (Garcinia mangostana) di Desa Puspahiang Kecamatan Puspahiang Kabupaten Tasikmalaya. Paspalum. 2024;12(1):136-43. doi:10.35138/paspalum.v12i1.698.
7. Rai IN, Poerwanto R, Darusman LK, Purwoko BS. Pengaturan pembungaan tanaman manggis (Garcinia mangostana L.) di luar musim dengan strangulasi, serta aplikasi paklobutrazol dan etepon. J Agron Indones. 2004;32(2). doi:10.24831/jai.v32i2.1438.
8. Yuliani NL, Efendi MR, Sanjaya O, Fuadi MI, Faisal A, Rainaldy A. Development of digital marketing models for MSMEs to improve the community's economy. Community Empowerment. 2022;7(4):731-6. doi:10.31603/ce.5587.
9. Fathony II, Romli O. Digital marketing optimization for MSMEs in Tonjong Village, Serang Regency. Community Empowerment. 2024;9(11):1676-82. doi:10.31603/ce.12496.
10. Surbakti FPS. Empowering Indonesian MSMEs: bridging the digital divide through e-commerce. Community Empowerment. 2025;10(6):1435-42. doi:10.31603/ce.13521.
11. Patma TS, Wardana LW, Wibowo A, Narmaditya BS, Akbarina F. The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: lesson from Covid-19 pandemic. Cogent Bus Manag. 2021;8(1):1953679. doi:10.1080/23311975.2021.1953679.
12. Wibawa BM, Baihaqi I, Nareswari N, Mardhotillah RR, Pramesti F. Utilization of social media and its impact on marketing performance: a case study of SMEs in Indonesia. Int J Bus Soc. 2022;23(1):19-34. doi:10.33736/ijbs.4596.2022.
13. Tatik T, Setiawan D. Does social media marketing important for MSMEs performance in Indonesia? Asia Pac J Mark Logist. 2025;37(1):99-114. doi:10.1108/APJML-01-2024-0090.
14. Felix R, Rauschnabel PA, Hinsch C. Elements of strategic social media marketing: a holistic framework. J Bus Res. 2017;70:118-26. doi:10.1016/j.jbusres.2016.05.001.
15. Dwivedi YK, Ismagilova E, Hughes DL, Carlson J, Filieri R, Jacobson J, et al. Setting the future of digital and social media marketing research: perspectives and research propositions. Int J Inf Manage. 2021;59:102168. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168.