



# Pemanfaatan Teknologi Media Digital untuk Pengembangan Agrobisnis Pisang Cavendish BUMDES Maju Bersama

Ely Purnawati<sup>1\*</sup>, Fanesa Dwiana Sari<sup>2</sup>, Dedi Purwanto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Amikom Purwokerto, Jl. Letjend Pol. Soemarto No.126, Purwokerto 53127, Indonesia

<sup>1</sup>[elypurnawati@amikompurwokerto.ac.id](mailto:elypurnawati@amikompurwokerto.ac.id) \*; <sup>2</sup>[fanesadwiana@gmail.com](mailto:fanesadwiana@gmail.com); <sup>3</sup>[dedipurwanto.mm@gmail.com](mailto:dedipurwanto.mm@gmail.com)

Artikel History:

Received: 2022-09-24/ Received in revised form: 2022-11-19 / Accepted: 2022-11-21

## ABSTRACT

*The existence of Village Owned Enterprises (BUMDES) can be a medium for driving the economy of the community in the village. BUMDES Maju Bersama Kedondong Village chose the agribusiness sector as a business opportunity in the form of Cavendish banana plantations. Cavendish is a banana variant that is excellent even for the export market. The business run by BUMDES is quite progressive. The obstacle faced is that the production capacity has not been able to meet the target market demand. In terms of promotion management, promotional media are still limited and require promotional content updates. In addition, in terms of marketing management, the coverage of the marketing area still needs to be optimized. The solution is to use digital media technology to create promotional supporting media related to business opportunities to increase production capacity; creating promotional media content as material for promotion and business development through online marketing. The method of activities carried out is in the form of preparation of activities; implementation of activities and providing solutions to problems; achievement of external targets and the final completion of activities. The output of the activity is the use of technology for the manufacture of supporting digital media in the form of images and videos related to business opportunities; digital media content in the form of images and videos for product promotion and the application of online marketing through the internet such as social media platforms.*

**Keywords:** *digital media, promotion, banana, Cavendish, BUMDES*

## ABSTRAK

Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dapat menjadi media penggerak perekonomian masyarakat di desa. BUMDES Maju Bersama Desa Kedondong memilih sektor agrobisnis sebagai peluang usaha berupa perkebunan pisang Cavendish. Cavendish adalah varian pisang yang menjadi primadona bahkan untuk pasaran ekspor. Usaha yang dijalankan BUMDES terbilang cukup progresif. Kendala yang dihadapi yaitu segi kapasitas produksi belum mampu memenuhi target permintaan pasar. Dari segi manajemen promosi, media promosi yang masih terbatas serta membutuhkan pembaruan-pembaruan konten promosi. Selain itu dari segi manajemen pemasaran cakupan wilayah pemasaran masih perlu diotimalkan. Solusinya berupa pemanfaatan teknologi media digital untuk pembuatan media pendukung promosi terkait peluang usaha untuk meningkatkan kapasitas produksi; pembuatan konten media promosi sebagai bahan untuk promosi dan pengembangan usaha melalui pemasaran *online*. Metode yang digunakan adalah *community development*. Kegiatan yang dilakukan berupa persiapan kegiatan; pelaksanaan kegiatan dan pemberian solusi permasalahan; pencapaian target luaran serta penyelesaian akhir kegiatan. Hasil luaran kegiatan berupa pemanfaatan teknologi untuk pembuatan media digital pendukung

\*Ely Purnawati

Email: [elypurnawati@amikompurwokerto.ac.id](mailto:elypurnawati@amikompurwokerto.ac.id)

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



berupa gambar dan video terkait peluang usaha; konten media digital berupa gambar dan video untuk promosi produk dan penerapan pemasaran *online* melalui internet seperti platform media sosial.

**Kata kunci: media digital, promosi, pisang, Cavendish, BUMDES**

## **1. PENDAHULUAN**

Meningkatnya tren gaya hidup dan pola makan yang sehat turut mendorong usaha di bidang penjualan bahan dan makanan sehat (Kompas.com, 2021). Misalnya pada produk buah-buahan. Hal ini dapat celah peluang usaha tersendiri bagi masyarakat desa khususnya di sektor agrobisnis. Agrobisnis adalah usaha yang berhubungan dengan (tanah) pertanian (Kemdikbud.go.id, n.d.). Contohnya adalah pertanian pada budidaya buah pisang. Pisang (*Musa paradisiacal* L) merupakan salah satu jenis buah-buahan tropic basah yang sangat populer (Yusran Lasantu, Asda Rauf, 2019). Pisang menduduki tempat pertama di antara jenis buah-buahan lainnya, baik dari sisi sebaran, luas pertanaman, maupun dari sisi produksinya (Muhammad Arief Abdulloh, Jhon Wardie, 2019). Usaha tani pisang terbukti dapat turut berkontribusi dalam memberikan pendapatan masyarakat (Salman Alfarishy, Abdul Muis, 2019). Pada kasus tertentu usahatani pisang juga layak untuk dikembangkan di antara tanaman lain yang belum terlalu produktif (Nofitri Dewi Rinojati, Riko Cahya Putra, Elya Afifah, 2016).

Pisang Cavendish adalah salah satunya varian pisang yang kian menjadi primadona. Sebuah sumber menyebut bahwa pisang Cavendish adalah pisang Ambon putih. Namun ada pula yang berpendapat bahwa pisang Cavendish adalah spesies tersendiri (Duniapisang.com, 2021). Salah satu produk buah pisang Cavendish yang terkenal adalah Sunpride. Pisang Cavendish Sunpride adalah pisang asli Indonesia yang ditanam di kebun milik grup Gunung Sewu Kencana yang berada di Lampung dan Blitar. Pisang Cavendish banyak dianggap sebagai buah impor karena tampilan kulit buah yang relatif mulus dengan warna kuning cerah. Tampilan ini merupakan hasil dari perawatan sejak pembibitan, penanaman, panen, proses pengepakan hingga pengiriman yang memiliki standar tinggi demi menjaga kualitas produk hingga ke konsumen (Sunpride, n.d.). Kualitas buah pisang juga dapat dipengaruhi pemangkasan daun, penyuntikan jantung, pembrongsongan, pembuangan bunga, pembuangan buah, pembuangan penghalang buah, dan pemasangan sekat buah (Agronomi et al., 2019).

Selain rasanya yang manis dan enak, pisang ini memiliki aneka manfaat untuk kesehatan (Tanihub.com, 2021). Pisang Cavendish ini juga menjadi salah satu komoditas favorit di pasar dunia. Fakta ini bisa menjadi peluang bagi Indonesia (Merdeka.com, 2020). Budidaya pisang Cavendish memang memiliki pasar yang luas dan berpotensi untuk diekspor (Liputan6.com, 2021).

Beberapa daerah kabupaten di tanah air telah memilih budidaya pisang Cavendish sebagai alternatif peluang usaha. Sebuah Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) di daerah Boyolali memilih usaha ini karena memiliki potensi dan nilai ekonomis yang lebih menjanjikan (Finance.detik.com, 2021). Hal yang sama dilakukan pula oleh sebuah BUMDES di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu (Antarnews.com, 2020). Begitu pula BUMDES yang dikelola di sebuah desa di Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur (Katadesa.id, 2021). Sementara itu di daerah Desa Cibangkong Kabupaten Banyumas juga telah ditanam dan dikembangkan budidaya pisang dengan pangsa pasar ekspor ini (Solopos.com, 2021).

Desa Kedondong turut menjadikan tanaman pisang Cavendish sebagai komoditi usaha. Berdasarkan liputan wawancara bersama Bapak Suratman menerangkan bahwa pihaknya sudah mulai melakukan kegiatan riset dan studi banding pada tahun 2020. Riset dan studi banding dilakukan antara lain terhadap instansi kecamatan, dinas pertanian, dinas perdagangan, hingga ke antar wilayah seperti Kabupaten Banjarnegara bahkan ke perusahaan di luar Pulau Jawa yang berlokasi di Lampung. Akhirnya pada 21 Maret 2021 dirintislah usaha agrobisnis Cavendish di desa Kedondong dengan nama BUMDES Maju Bersama. Kepala Desa Kedondong sekaligus Direktur BUMDES ini menerangkan areal yang dimiliki adalah sekitar kurang dari 1 hektar. Terdapat sekitar 1.000 bibit pohon pisang Cavendish yang ditanam pada areal tersebut (Bahagia Selalu Official, 2021).

Dari segi masa panen dapat dikatakan pihak BUMDES sangat berhasil. Normalnya tanaman akan memasuki masa panen pada bulan ke sembilan. Namun pada bulan ke 5 tanaman telah berhasil membuahkkan jantung pisang. Panen pertama terjadi pada bulan ke 6 yaitu sekitar bulan September 2011 sejumlah sekitar 11 tandan. Menyusul panen berikutnya secara bertahap berjumlah sekitar 77 tandan, 88 tandan, 90 tandan, 107 tandan dan terus meningkat. Pada akhir 2021 kegiatan panen telah dapat dilakukan setiap pekan yang biasanya jatuh pada hari Selasa. Pihak pembeli juga telah mengakui bahwa produk pisang BUMDESA Maju Bersama adalah yang terbaik di antara lainnya yang telah terlebih dahulu memulai usaha ini.

Kondisi dari segi perawatan rutin dan pengelolaan teknis perkebunan BUMDES Maju Bersama terbilang cukup terkendali. Sementara ini dilakukan satu juru Kelola yaitu oleh Bapak Riswanto yang merupakan ketua RT setempat. Sedangkan untuk tenaga teknis dan pengolahan hasil panen dilakukan oleh sekitar 5 orang. Pengemasan juga dapat mempengaruhi mutu pisang Cavendish secara fisik seperti susut bobot, tingkat kecerahan, derajat kemerahan dan derajat kekuningan pada pisang Cavendish (Inti Mulyo Arti, 2020). Jenis media simpan dapat mempengaruhi kondisi mutu pisang Cavendish (Ifmalinda, 2018).

Dari segi pemasaran dapat dikatakan sangat baik. Pihak BUMDES Maju Bersama dan beberapa mitra kelompoknya telah menjalin kerjasama sebagai pemasok ke sebuah perusahaan yang berlokasi di Jakarta. Bahkan dari segi produksinya terbilang masih kurang dan belum mampu memenuhi target permintaan. Dari 40 ton per hari baru sekitar separuhnya yang dapat dipenuhi oleh pihak BUMDES beserta mitranya. Hal ini turut menjadi kendala dan tantangan tersendiri. Jalinan kerjasama dengan perusahaan besar di Jakarta ini dapat menjadi peluang apabila dapat dioptimalkan dengan baik. Pihak BUMDES bertekad ingin menjadikan pisang Cavendish menjadi salah satu ikon baru daerah Sokaraja yang telah lebih dahulu terkenal dengan produk getuk gorengnya. Selain itu terdapat pula wacana untuk membuat desa wisata bertema petik buah pisang.

Selain produk utama berupa buah pisang, pihak BUMDES Maju Bersama juga telah mengembangkan produk turunan. Buah pisang dengan kualitas prima dijual ke perusahaan, sehingga menyisakan buah pisang dengan kualitas yang kurang karena dari segi ukurannya yang relatif lebih kecil. Produk tersebut kemudian dikreasikan menjadi produk turunan berupa keripik pisang. Produk turunan ini juga turut memberikan peluang bisnis dan perekonomian bagi masyarakat sekitar karena dikelola oleh ibu-ibu PKK setempat.

Meski usaha yang dijalankan terbilang cukup progresif, namun sebagai sebuah usaha yang masih berkembang, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi pihak BUMDES. Permasalahan prioritas utama adalah terkait pengembangan usaha untuk dapat memenuhi target permintaan perusahaan mitra. Peluang kerjasama dengan pihak lain juga mulai dilakukan. Namun diperlukan adanya media promosi sebagai sarana untuk mengenalkan keberadaannya usahanya. Namun sayangnya dari segi manajemen promosi ketersediaan media promosi yang dimiliki relatif masih terbatas. Pihak mitra BUMDES Maju Bersama Desa Kedondong masih membutuhkan konten media promosi yang cukup memadai serta pembaruan-pembaruan konten promosi. Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang pada awalnya belum mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut (Saladin, D., Oesman, 2002). Keberadaan adanya media promosi mutlak diperlukan sebagai bahan untuk dapat melakukan kegiatan promosi.

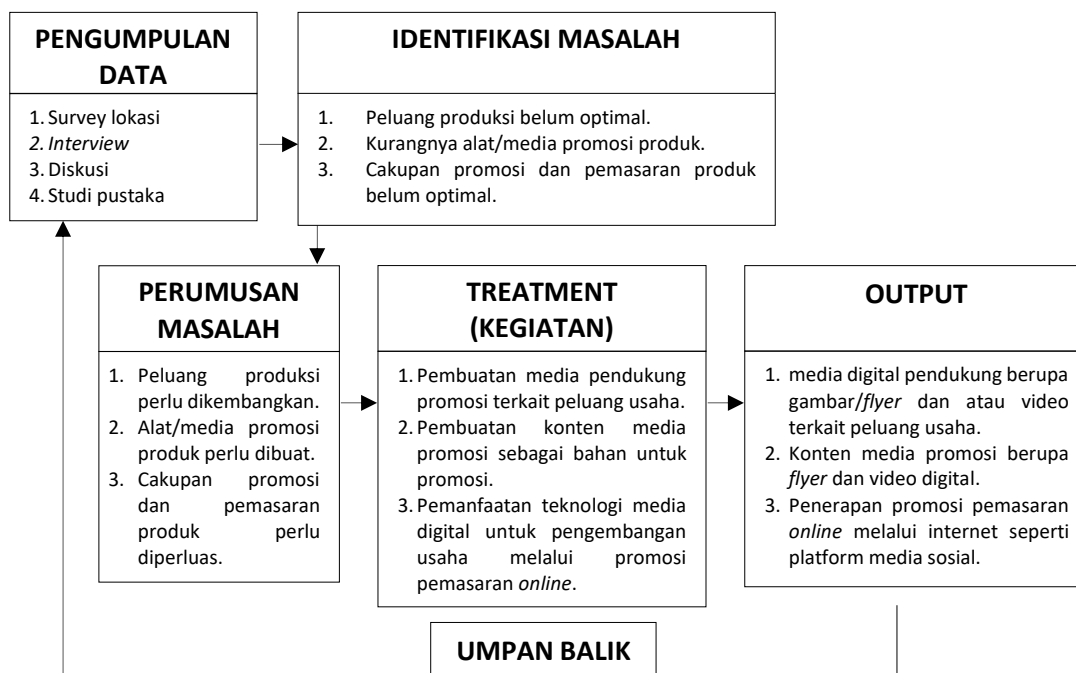
Penanganan pemasaran pasca panen juga tak urung menjadi persoalan tersendiri. Dalam sebuah jurnal penelitian dan pengabdian ditemukan bahwa faktor pendukung dan permasalahan yang dihadapi dalam usaha perkebunan pisang Cavendish salah satunya yaitu penanganan pasca panen (Yani Ramdani, Eti Kurniati, Ichi Sukarsih, 2017). Selain itu, sebuah jurnal lain juga memberikan contoh lain dari permasalahan yang harus dihadapi yaitu penyimpanan buah produk pisang Cavendish setelah produk dipanen (Ifmalinda, 2018). Kendala lainnya berupa permasalahan dalam hal pengembangan usaha dari segi manajemen pemasaran sehingga pelaku usaha dapat menjaga keberlangsungan kerjasama dengan pihak pembeli.

Dengan kapasitas produksi yang cukup potensial membutuhkan manajemen pemasaran yang lebih optimal terhadap usaha agribisnis dengan potensi puluhan hingga ratusan juta tersebut (Timesindonesia.co.id, 2021).

Mengingat komoditi pangan, pangsa pasar yang kian terbuka serta potensi lokal untuk dapat menjadi icon baru di kabupaten Banyumas, maka program ini perlukan untuk dilakukan. Tujuannya adalah untuk memberikan alternatif solusi agar dapat mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi BUMDES Maju Bersama. Sehingga diharapkan kedepannya dapat tercapai perbaikan kondisi usaha agribisnis lokal di daerah.

## 2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode dalam kegiatan di BUMDES Maju Bersama ini adalah metode *community development*. *Community development* (pengembangan masyarakat) merupakan kegiatan pengembangan masyarakat yang diarahkan untuk memperluas akses masyarakat untuk mencapai kondisi sosial-ekonomi-budaya yang lebih baik yang dapat dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya (Budimanta, Rudito, A Prasetyo, 2003).



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan yang pertama kali dilakukan berupa tahap pengumpulan data. Data dikumpulkan berdasarkan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pihak mitra BUMDES Maju Bersama Desa Kedondong. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dengan pencarian di internet, studi pustaka dan jurnal pendukung lainnya. Koordinasi dilakukan dengan tim dan juga pihak mitra BUMDES Maju Bersama. Selain itu menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan.

Langkah ke-dua adalah pengidentifikasian masalah. Berdasarkan data yang telah terhimpun teridentifikasi beberapa permasalahan. Pada segi peluang produksi masih belum optimal. Kapasitas produksi belum mampu memenuhi permintaan pasar. Selain itu alat/media promosi produk juga masih relatif kurang. Pada segi cakupan promosi dan pemasaran produk belum optimal sehingga masih perlu untuk dikembangkan.

Langkah ke-tiga dalam kegiatan ini adalah perumusan masalah. Dari identifikasi pada langkah sebelumnya maka rumusan permasalahan yang dihadapi yaitu peluang produksi yang perlu

dikembangkan, alat atau media promosi produk perlu dibuat. Selain itu cakupan promosi dan pemasaran produk juga perlu diperluas.

Langkah ke-empat merupakan kegiatan inti berupa proses pemberian *treatment*. Kegiatannya berupa pembuatan media pendukung promosi terkait peluang usaha. Pembuatan konten media promosi juga dilakukan sebagai bahan untuk promosi. Pada sebuah jurnal pengabdian menyebutkan bahwa peran digital marketing dapat menjadi strategi yang harus dijalankan oleh pelaku usaha agar dapat *survive* (Sunardi et al., 2020). Konten media digital yang dibuat dapat berupa gambar atau *flyer* yang memuat promosi terkait produk. Bentuk konten digital lain yang dapat dibuat yaitu konten berformat video. Sebuah penelitian berhasil menggunakan media tersebut untuk mempromosikan produk (Mulyani et al., 2020). Pada jurnal lainnya menyimpulkan bahwa dengan bantuan teknologi memungkinkan pengusaha untuk dapat menjangkau pemasaran produk kepada masyarakat dengan lebih luas (Veza et al., 2020). Di samping itu peneliti lain juga membuktikan bahwa penerapan digital marketing mempunyai dampak yang sangat signifikan terhadap pemasaran produk karena mampu meningkatkan volume penjualan dan keuntungan bagi pengusaha (Dian Azmi Fadhillah, 2021).

Langkah akhir dari kegiatan pencapaian target luaran atau *output*. Beberapa output dari kegiatan ini adalah dibuatnya media digital pendukung berupa gambar/*flyer* dan atau video terkait peluang usaha. Luaran selanjutnya berupa konten media berupa *flyer* dan video digital yang pada akhirnya menjadi alat untuk promosi. Selain itu terdapat pula luaran berupa penerapan promosi dan pemasaran *online* melalui media digital internet.

### 3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan berlangsung melalui beberapa tahap. Tampilan pada Tabel 1 berikut ini menggambarkan jadwal kegiatan yang dilakukan.

**Tabel 1.** Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Detail	Bulan													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	Pengumpulan data	a. Survey lokasi	√	√												
		b. Interview	√	√												
		c. Diskusi	√	√												
		d. Studi pustaka	√	√												
2	Identifikasi masalah	a. Peluang produksi belum optimal.		√	√											
		b. Kurangnya alat/media promosi produk.		√	√											
		c. Cakupan promosi kurang.		√	√											
3	Perumusan masalah	a. Peluang produksi perlu dikembangkan.		√	√											
		b. Alat/media promosi produk perlu dibuat.		√	√											
		c. Cakupan promosi dan pemasaran produk perlu diperluas.		√	√											

**Tabel 1.** Jadwal Kegiatan (Lanjutan)

No	Kegiatan	Detail	Bulan													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
4	Treatment (Kegiatan)	a. Pembuatan media pendukung promosi terkait peluang usaha.				√	√	√	√	√	√	√				
		b. Pembuatan konten media promosi sebagai bahan untuk promosi.				√	√	√	√	√	√	√				
		c. Pemanfaatan teknologi media digital untuk pengembangan usaha melalui promosi pemasaran <i>online</i> .				√	√	√	√	√	√	√				
4	Output	a. Media digital pendukung berupa gambar/ <i>flyer</i> dan atau video terkait peluang usaha.											√	√	√	
		b. Konten media promosi berupa <i>flyer</i> dan video digital.												√	√	√
		c. Penerapan promosi pemasaran <i>online</i> melalui internet seperti platform media sosial.												√	√	√

Pada Tabel 1 menggambarkan kegiatan yang pertama kali dilakukan adalah persiapan. Teknis kegiatan dilakukan secara langsung di lokasi perkebunan budi daya pisang Cavendish, tepatnya di Desa Kedondong, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas. Pada awal persiapan kegiatan dilakukan koordinasi dengan pihak BUMDES Maju Bersama terkait dengan izin pelaksanaan pengabdian. Survei dan observasi dilakukan langsung di lokasi serta wawancara dengan Ketua BUMDES Maju Bersama untuk mendapatkan validasi data dan informasi. Kegiatan *online* pun sesekali dilakukan untuk koordinasi antar pihak.



Gambar 2. Lokasi Perkebunan Pisang Cavendish

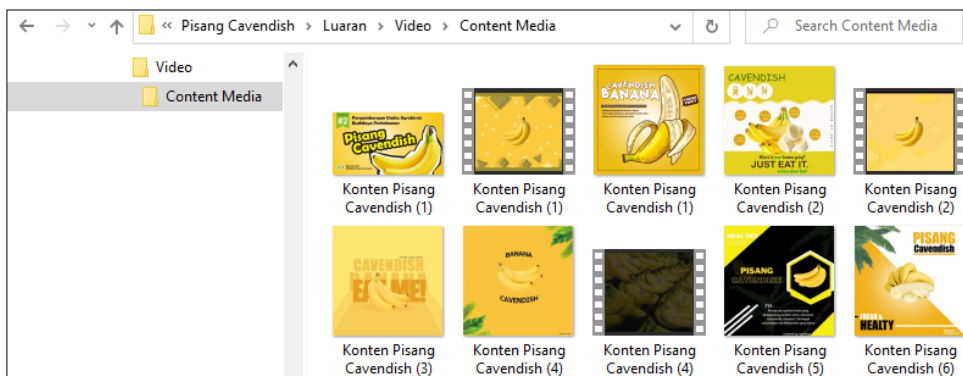
Terkait permasalahan peluang untuk perluasan usaha maka dibuat sebuah media pendukung promosi dalam bentuk video digital. Bahan gambar dan video dibuat dengan cara mengambil langsung (*shooting*) bersama narasumber yaitu Bapak Suratman yang merupakan direktur dari BUMDES Maju Bersama. Dalam obrolan tersebut dikemukakan pernyataan tentang peluang perluasan usaha bagi pihak yang ingin menjadi mitra. Lokasi pengambilan gambar berada di tengah perkebunan pisang Cavendish sehingga dapat menggambarkan bagaimana kondisi di lapangan. Selain itu diambil pula gambar dari lokasi lain seperti kantor, proses pembersihan buah pisang, display hingga pengemasan buah pisang Cavendish.



Gambar 3. Dokumentasi Proses Penanganan Pemanenan

Pelaksanaan kegiatan selanjutnya adalah pembuatan konten media promosi. Produksi media konten ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yaitu pra produksi, pasca produksi dan produksi. Pada proses pengolahan gambar digunakan aplikasi Adobe Photoshop.

Media konten berhasil dibuat dalam bentuk gambar poster/*flyer* dan video digital. Pada proses pengolahan video digunakan aplikasi Adobe Premiere Pro. Konten-konten inilah yang nantinya digunakan untuk disebarakan sebagai media promosi ke pihak luar.



Gambar 4. Hasil Pembuatan Media Konten

Kegiatan berikutnya berupa pemanfaatan internet untuk media promosi media digital. Adanya teknologi internet dapat membantu kegiatan promosi dengan biaya yang lebih murah. Proses distribusi pun dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien. Misalnya dengan memanfaatkan media *platform* YouTube ataupun Instagram. Kelebihan lain dari bentuk media digital yaitu kemudahan untuk diakses oleh berbagai perangkat modern yang dapat mengikuti sesuai dengan perkembangan zaman dan tren yang sedang terjadi.



Gambar 5. Hasil Pembuatan Media Konten

### 3.2 Pencapaian Target Luaran

Berikut ini adalah capaian luaran dalam kegiatan pengabdian yang telah berhasil diperoleh, antara lain sebagai berikut:

1. Telah berhasil dilakukan pembuatan atal atau media pendukung promosi terkait peluang usaha untuk keperluan perluasan dan pengembangan usaha agrobisnis budidaya perkebunan pisang Cavendish BUMDES Maju Bersama.
2. Telah berhasil dibuatnya konten media digital berupa gambar/*flyer* dan video digital. Konten media yang telah dibuat digunakan sebagai bahan untuk promosi dan pemasaran produk dari BUMDES Maju Bersama.
3. Telah berhasil dilakukan penerapan teknologi media digital *online* untuk keperluan promosi dan pemasaran. Teknologi yang digunakan melalui internet berupa media *online* seperti YouTube sehingga dapat dijangkau dengan cakupan pangsa pasar yang lebih luas lagi ke berbagai daerah.

### SIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini bahwa kegiatan pemanfaatan teknologi media digital untuk pengembangan usaha agrobisnis budidaya perkebunan pisang Cavendish pada BUMDES Maju Bersama telah berhasil dilaksanakan dan berjalan dengan baik. Pihak mitra merespon baik karena dapat merasakan manfaat dan dampak positif dari kegiatan ini. Di samping itu telah berhasil pula dibuatnya koleksi media konten sebagai bahan untuk promosi dan pemasaran dalam bentuk media gambar dan video digital. Sarana promosi turut meningkat dengan bertambahnya media untuk berpromosi. Hasil yang dicapai juga ikut mendukung kesimpulan dari beberapa kegiatan pengabdian terkait yang sudah pernah dilakukan oleh pihak lain sebelumnya yang menyebutkan bahwa penerapan teknologi media digital memiliki peran yang penting dalam pengembangan bisnis. Pada pengabdian terkait lainnya ada yang menggunakan bentuk media digital berupa video dengan teknik *full life shot*, sedangkan dalam kegiatan ini bentuk media digital yang digunakan berupa gambar dan video yang menggabungkan *life shot* dan animasi *motion graphic*).

### SARAN

Adapun saran untuk kegiatan di masa yang akan datang terkait pemanfaatan teknologi media digital untuk pengembangan produk lokal dapat dilakukan pula dalam bentuk lain. Misalnya melalui media website, teknologi Virtual Reality atau lainnya. Selain itu objek kegiatan produk lokal dapat berupa potensi lain seperti bidang kuliner, wisata maupun budaya lokal sehingga diharapkan dapat turut meningkatkan potensi baru di daerah-daerah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agronomi, D., Pertanian, F., & Bogor, I. P. (2019). Pengelolaan Perkebunan Pisang Cavendish Komersial di Lampung Tengah, Lampung. *Buletin Agrohorti*, 7(1), 16–24. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/bulagron/article/view/24650>
- Antaraneews.com. (2020). *BUMDes di Rejang Lebong Kembangkan Perkebunan Pisang*. <https://bengkulu.antaraneews.com/berita/128729/bumdes-di-rejang-lebong-kembangkan-perkebunan-pisang>
- Bahagia Selalu Official. (2021). *Seribu Pisang Cavendish Bumdes Desa Kedondong Sokaraja*. <https://www.youtube.com/watch?v=zFd8pGgBUWc>
- Budimanta, Rudito, A Prasetijo, & K. (2003). *Akses Peran Serta Masyarakat Lebih Jauh Memahami Community Development*. Pustaka Sinar Harapan.
- Dian Azmi Fadhilah, T. P. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/279>
- Duniapisang.com. (2021). *Asal-usul Pisang Cavendish*. <https://www.duniapisang.com/2021/06/asal-usul-pisang-cavendish.html>
- Finance.detik.com. (2021). *Menengok Kebun Pisang Cavendish Garapan BUMDes di Boyolali*. <https://finance.detik.com/foto-bisnis/d-5482730/menengok-kebun-pisang-cavendish-garapan-bumdes-di-boyolali>
- Ifmalinda, R. W. W. (2018). Kajian Jenis Media Simpan Terhadap Mutu Pisang Cavendish (Musa parasidiaca ‘Cavendish’). *Rona Teknik Petanian: Jurnal Ilmiah Dan Penerapan Keteknikan Pertanian*, 11(2). <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/RTP/article/view/11273>
- Inti Mulyo Arti, M. E. E. M. (2020). Perubahan Mutu Fisik Pisang Cavendish Selama Penyimpanan Dingin pada Kemasan Plastik Perforasi dan Non-Forasi. *UG JURNAL*, 14(11). <https://www.ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/viewFile/4944/2293>
- Katadesa.id. (2021). *Cavendish, Produk Andalan BUMDES Pandanwangi*. <https://katadesa.id/index.php/daya-desa/potensi-desa/390-cavendish-produk-andalan-bumdes-pandanwangi>
- Kemdikbud.go.id. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Kompas.com. (2021). *Penjualan Makanan Sehat Meningkatkan 6 Kali Lipat pada 2021 di Tokopedia*. <https://www.kompas.com/food/read/2021/05/09/151100175/penjualan-makanan-sehat-meningkat-6-kali-lipat-pada-2021-di-tokopedia>
- Liputan6.com. (2021). *Untung Segunung Budidaya Pisang Cavendish di Banyumas*. <https://www.liputan6.com/regional/read/4621190/untung-segunung-budidaya-pisang-cavendish-di-banyumas>
- Merdeka.com. (2020). *4 Fakta Pisang Cavendish, Buah Favorit Dunia yang Akan Dikembangkan di Banyuwangi*. <https://www.merdeka.com/jatim/4-fakta-pisang-cavendish-buah-favorit-dunia-yang-akan-dikembangkan-di-banyuwangi.html>
- Muhammad Arief Abdulloh, Jhon Wardie, B. A. P. (2019). Analisis Usahatani Pisang Kepok di Desa Bangun Harja Kecamatan Seruyan Hilir Timur Kabupaten Seruyan. *J-SEA (Journal Socio Economics Agricultural)*, 14(2). <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/j-sea/article/view/480>
- Mulyani, D. C., Pujiyanto, P., & Nurfitri, R. (2020). Perancangan Video Pariwisata Kawah Wurung Bondowoso Sebagai Media Promosi. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(01), 20–25. <https://doi.org/10.32664/mavis.v2i01.479>
- Nofitri Dewi Rinojati, Riko Cahya Putra, Elya Afifah, I. M. (2016). Analisis Efisiensi Usahatani Pisang Di Antara Tanaman Karet: Studi Kasus di Kebun Cibungur, PTPN VIII Jawa Barat. *Jurnal Warta Perkaratan*, 35(1). <https://ejournal.puslitkaret.co.id/index.php/wartaperkaratan/article/view/79>
- Saladin, D., Oesman, Y. M. (2002). *Intisari Pemasaran & Unsur-unsur Pemasaran*. CV Linda Karya.
- Salman Alfarishy, Abdul Muis, S. B. (2019). Kontribusi Usahatani Pisang Terhadap Pendapatan Petani di Desa Sarude Kecamatan Sarjo Kabupaten Mamuju Utara. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 2(1). <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/index>

- Solopos.com. (2021). *Pisang Cavendish Dikembangkan di Cibangkong Banyumas*. <https://www.solopos.com/pisang-cavendish-dikembangkan-di-cibangkong-banyumas-1142986>
- Sunardi, N., Lesmana, R., Rudi, Kartono, & Hasbiyah, W. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi UMKM Pasar Modern Intermoda BSD City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Abdi Masyarakat*, 2(1), 75–86. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/7416/4901>
- Sunpride. (n.d.). *Pisang Cavendish*. <https://www.sunpride.co.id/product/pisang-cavendish/>
- Tanihub.com. (2021). *Mengulas Tentang Pisang Cavendish dan Manfaatnya untuk Tubuh Agar Lebih Sehat*. <https://tanihub.com/blog/mengulas-tentang-pisang-cavendish/>
- Timesindonesia.co.id. (2021). *Tanam 3.080 Pisang Cavendish, Kades di Banyumas Ini Bersiap Hasilkan Ratusan Juta*. <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/368546/tanam-3080-pisang-cavendish-kades-di-banyumas-ini-bersiap-hasilkan-ratusan-juta>
- Veza, O., Safira, E., Sina, U. I., Baja, L., Batam, K., Studi, P., Informatika, T., & Teknik, F. (2020). *Perancangan Video Iklan Promosi Di Perusahaan Kaos Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle*. 2(3), 9–19.
- Yani Ramdani, Eti Kurniati, Icih Sukarsih, G. G. (2017). Teknik Pemberdayaan Keluarga Prasejahtera Melalui Optimalisasi Lahan Pekarangan Dengan Penanaman Pisang Cavendish. *Ethos (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat)*, 1, 22–29. [http://103.78.195.33/bitstream/handle/123456789/11109/abstrak\\_ramdani\\_ethos\\_vol\\_5\\_no\\_1\\_januari\\_2017.PDF?sequence=1&isAllowed=y](http://103.78.195.33/bitstream/handle/123456789/11109/abstrak_ramdani_ethos_vol_5_no_1_januari_2017.PDF?sequence=1&isAllowed=y)
- Yusran Lasantu, Asda Rauf, A. H. (2019). Analisis Usahatani Pisang Ambon di Desa Tonala Kecamatan Posigadan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. *Agrinesia - Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 3(2). <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/AGR/article/view/9714>