

Pendampingan Usaha Keripik Singkong (Wong Deso) Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Melalui Digital Marketing

Ani Ni'matin¹, Silvia Ika Prasta Rahadian², Ervin Dwi Noviliana³, Lilis Suliani⁴, Ahmad Syadid Junaidi⁵, Khudrotun Nafisah⁶
Universitas Darul 'Ulum Jombang

Penulis Koresponden* :
Email : nafisah.hafis@gmail.com

Riwayat Artikel :

Diterima April 2024
Direvisi April 2024
Disetujui Mei 2024
Diterbitkan Mei 2024

Link Jurnal :

<https://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/PkM/index>

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persoalan UMKM produk keripik singkong dalam meningkatkan pendapatan UMKM melalui digital marketing di Dusun Bedok Desa Bulurejo Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini mengambil obyek penelitian aktivitas pemasaran UMKM Keripik Singkong (Wong Deso) melalui digital marketing di Dusun Bedok Desa Bulurejo Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan melalui tahap observasi, wawancara, dokumentasi, monitoring dan evaluasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan usaha melalui pembinaan pemasaran digital marketing berhasil mendorong pemasaran usaha keripik singkong dan meningkatkan pendapatan dan pengembangan usaha yang lebih luas.

Kata Kunci :

: Singkong, UMKM, digital marketing, pendampingan usaha

I. PENDAHULUAN

Desa Bulurejo (2020) merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang provinsi Jawa Timur. Secara spesifik sebagian besar di desa Bulurejo berupa pertanian dan lokasi pariwisata. Selain itu juga banyak terdapat area pertanian tanaman pangan seperti padi, jagung dan lain sebagainya. Sehingga mata pencarian utama masyarakat desa Bulurejo adalah bertani. Selain itu ada beberapa UMKM yang terdapat didesa Bulurejo seperti pembuatan tempe, pembuatan celengan dari semen gips, pembuatan jamu sinom, keripik singkong dan lain sebagainya.

Usaha Mikro Kecil atau menengah (UMKM) mempunyai kiprah penting serta berkontribusi besar dalam perekonomian Indonesia (2024) terlebih 97 % penyerapan tenaga kerja ada disektor ini. Terdapat berbagai jenis kelompok UMKM, salah satunya adalah UMKM Pangan. UMKM Pangan masuk ke dalam sektor pertanian, peternakan,

kehutanan, dan perikanan; serta termasuk dalam subsektor tanaman bahan makanan. Berdasarkan data dari BPS (2006a) dalam katalog 9102021 dan BPS (2006b) dalam katalog 9102038, klasifikasi standar UMKM pangan di Indonesia meliputi restoran, warung makan, bar, kedai makanan dan minuman, penjual makanan dan minuman keliling, serta jasa boga. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini ialah membuat suatu produk yang berkualitas, inovatif serta bermutu. Kemasan juga ialah salah satu faktor yang krusial pada produk dimana kemasan bisa mensugesti konsumen tentang kualitas produk. Kemasan adalah media promosi yang bisa memberikan peningkatan dalam penjualan produk.

UMKM bisa berkembang dengan baik jika sumber daya manusia yang ada didalamnya berkualitas, oleh sebab itu kompetensi SDM dalam hal pengetahuan, keterampilan, dan keahlian manajerial wajib dimiliki oleh pemilik UMKM dan tenaga kerja UMKM (Ardiana, 2010). Dalam kaitan ini, fokus penelitian pada UMKM keripik singkong "Wong Ndeso", sebagai salah satu UMKM yang ada di Desa Bulurejo. Selanjutnya akan disusun kegiatan pendampingan dan pelatihan tenaga kerja UMKM Keripik singkong terkait digital marketing. Melalui penguatan skill ini diharapkan promosi usaha dan penjualan UMKM Keripik Singkong akan mengalami peningkatan.

Keripik Singkong adalah produk olahan makanan ringan yang banyak digemari oleh semua kalangan. Rasanya yang renyah, gurih dan harga yang ditawarkan tentu ramah dikantong, menjadikannya alternatif untuk menemani waktu santai bersama rekan maupun keluarga. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen, kini keripik singkong bukan hanya rasa original saja namun juga ada rasa manis. Strategi menjaga kualitas dan deferensiasi produk menjadi upaya Keripik Wong Ndeso untuk bertahan di tengah banyaknya penjual produk sejenis.

Untuk itu meski sepintas sama, namun ada yang membedakan dari segi rasa, gurih, dan juga dalam pengemasannya. UMKM keripik singkong ini di Desa Bulurejo menggunakan bumbu racikan sendiri tentu itu akan menjadi rasa yang beda dari keripik lainnya. Keripik singkong "Wong Ndeso" merupakan salah satu penyedia keripik singkong dengan dua varian rasa yaitu tawar (original) dan manis. Produk keripik singkong varian rasa tawar (original) dan manis bukan lagi barang baru bagi masyarakat. Namun dengan menambahkan sedikit inovasi dalam hal peningkatan bumbu racikannya, kini keripik tersebut banyak dicari konsumen dan menjadi salah satu peluang bisnis yang dapat menguntungkan. Keripik singkong "Wong Ndeso" ini hanya perlu meningkatkan lagi agar lebih aktif dalam penjualan khususnya dalam mempromosikan produk-produknya di tengah persaingan dunia usaha makanan ringan

yang semakin ketat seperti sekarang ini. Dengan demikian, setiap usaha harus kreatif dan inovatif dalam mempromosikan produk yang dipasarkan.

Berdasarkan uraian diatas, UMKM termasuk dalam usaha yang tidak perlu banyak modal, tetapi mempunyai pengaruh bagi masyarakat tepatnya di Desa Bulurejo Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Sehingga menjadikan rasa ketertarikan penulis dalam melakukan penelitian yang berjudul "Pendampingan Usaha Keripik Singkong (Wong Deso) Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Melalui Digital Marketing".

II. METODE PELAKSANAAN

Metode dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam mendampingi UMKM Keripik Singkong Dusun Bedok, Desa Bulurejo, Kecamatan Plandaan, Kabupaten Jombang Jawa Timur menggunakan penelitian dalam jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Observasi
 - a. Tahapan ini dilakukan dengan menyurvei dan wawancara ke lokasi UMKM Keripik Singkong di Dusun Bedok, Desa Bulurejo, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang Jawa Timur. Pengamatan menunjukkan bahwa selama ini pemilik keripik singkong hanya memasarkan produk dengan cara menjual produknya ke toko-toko. Hal tersebut dilakukan karena pemilik keripik singkong kurang memiliki pengetahuan tentang digital marketing. Sehingga, penulis menyiapkan sarana dan prasarana.
2. Tahapan pelaksanaan
 - a. Tahapan pelaksanaan ini merupakan adanya komunikasi sinergi dengan mitra terkait keaktifan, peran dan kontribusi mitra sasaran pelaksanaan program pengabdian masyarakat pendampingan UMKM keripik singkong Dusun Bedok, Desa Bulurejo, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang Jawa Timur.
 - b. Dalam proses pendampingan UMKM keripik singkong akan terus dilakukan koordinasi terkait progress dari pengabdian masyarakat pendampingan UMKM keripik singkong Dusun Bedok, Desa Bulurejo, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang Jawa Timur ini baik berupa data kuantitatif yang diukur selama pelaksanaan program.
 - 1) Persiapan pelatihan pada tanggal 29 April 2024. Dalam hal ini yang

disiapkan berupa materi yang akan dilakukan dalam persiapan secara tatap muka.

- 2) Penyampaian materi dan wawasan tentang pentingnya memanfaatkan media social untuk *digital marketing* guna memasarkan produk agar lebih luas jangkauannya dan mampu meningkatkan pendapatan
- 3) Kemudian dilanjutkan dengan pemberian praktek serta tutorial membuat akun dimedia social seperti akun tiktok, instrgram, dan facebook. Serta cara untuk mengaplikasikan akun tersebut dimana agar pengguna bisa mengedit, membuat, dan live diberbagai macam di media social untuk memperkenalkan produc serta meningkatkan pendapatan.

3. Tahapan monitoring dan evaluasi

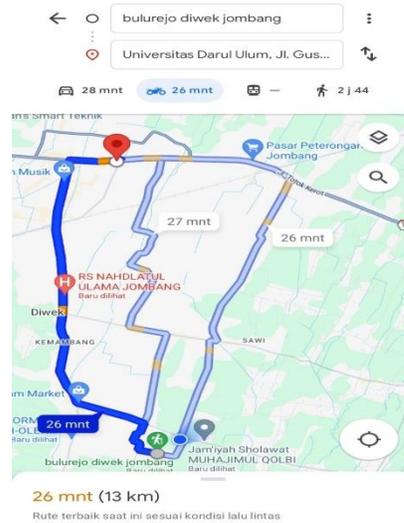
- a. Metode evaluasi yang digunakan menggunakan metode deskriptif yaitu penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pengamatan mendalam yang dilakukan dengan suatu prosedur penelitian lapangan, melihat bagaimana mengaplikasikan media sosial sebagai sarana penjualan produk kripik singkong Serta respon pasar dalam melakukan live serta testimoni via media sebagai dasar dalam melakukan evaluasi pendampingan.

4. Tahapan pelaporan

Pada tahapan ini, dilaporkan semua proses rangkaian kegiatan pengabdian dan output dari kegiatan ini. Seperti yang dapat dilaporkan adalah akun yang dibuatkan, serta proses mengaplikasikannya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pengabdian masyarakat dengan program pendampingan UMKM keripik singkong di Dusun Bedok, Desa Bulurejo, Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang Jawa Timur dapat dijelaskan hasil dan luaran program serta dampaknya terhadap perubahan selama proses pendampingan menghasilkan inovasi hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat ditunjukkan pada gambar 1 sampai dengan gambar 10 berikut ini.



Gambar 2. Peta Lokasi Desa Bulurejo

Pada gambar 1 dapat diketahui peta lokasi Desa Bulurejo yang terletak kurang lebih 15 km atau 24 menit perjalanan dari kampus Universitas Darul Ulum Jombang, untuk melakukan kegiatan survei lokasi UMKM di Dusun Bedok Desa Bulurejo, Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang Jawa Timur. Peta ini juga dicantumkan di media Sosial juga agar memudahkan bagi para calon customer jika menginginkan membeli di lokasi secara langsung. Selain itu juga memberikan penanda di google sebagai sentra UMKM Kripik singkong.



Gambar 2. Proses pengupasan dan pemotongan kripik singkong

Kegiatan pengupasan dan pemotongan singkong dapat diketahui dari gambar 2 yaitu pertama pembelian singkong yang akan dimasak biasanya diperoleh dan membeli dipasar, hal ini dikarenakan jika membeli di petani sulit untuk memilih kualitas singkongnya, lalu dikupas setelah itu

di cuci hingga bersih dimana pencucian dilakukan dengan cara digosok sampai benar-benar bersih. Setelah proses pencucian selesai, kemudian singkong dipotong – potong tipis untuk mempermudah masak saat proses penggorengan dengan menggunakan alat mesin pemotong keripik singkong.



Gambar 3. Proses penggorengan dan pencampuran bumbu ke keripik singkong

Tahap selanjutnya dapat dilihat di gambar 3 yaitu penggorengan, setelah singkong dipotong tipis-tipis lalu goreng singkong hingga berwarna kuning keemasan, penggorengan dilakukan kurang lebih 3-5 menit. Lalu proses pendinginan keripik singkong yang sudah diangkat dari penggorengan selama 5-10 menit. Setelah itu, Pencampuran keripik dan bumbu Tahap selanjutnya campurkan keripik singkong yang sudah dingin dengan bumbu (gula, garam, bawang putih).



Gambar 4. Proses pengemasan keripik singkong “Wong Desp”

Sedangkan pada gambar 4 menggambarkan tahap selanjutnya adalah pengemasan yaitu mengemas keripik singkong menggunakan plastik yang sudah disediakan lalu setelah itu plastik direkatkan menggunakan mesin pres, selanjutnya tempel label dibagian kemasan. Setelah pengemasan yaitu tahap yang terakhir ialah pemasaran keripik singkong siap dipasarkan. Pemasaran

dilakukan secara tradisional yaitu dengan cara menjual langsung digerobak (mangkal) dan menitipkan di toko-toko.



Gambar 5. Proses pembuatan akun media social untuk pemasaran produk keripik singkong

Maka dari itu, berikut adalah pemasaran digital dapat dilihat dari gambar 5. Pada gambar 5 dapat diketahui bahwa penulis memberikan pemanfaatan digital marketing melalui praktik bagaimana cara membuat akun media sosial sekaligus mengelola dan menjalankan akun media sosial untuk pemasaran produk keripik singkong.

Penulis menyatakan bahwa media sosial itu sangat penting. Karena media sosial merupakan platform yang memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitas dan memperluas bisnis online. Kegiatan seperti ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dan kreativitas untuk memasarkan produknya melalui pemasaran digital untuk meningkatkan pendapatan.

Berikut dapat dilihat pada gambar 6 sampai 9 contoh pemasaran digital yang dilakukan oleh pemilik keripik singkong wong deso.



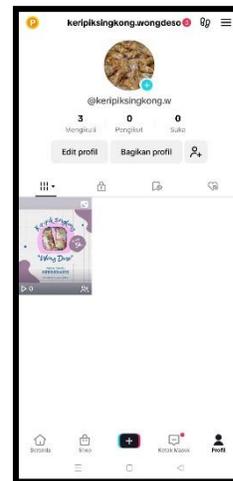
Gambar 6 pemasaran produk Media WhatsApp



Gambar 7 pemasaran produk media Instagram



Gambar 8 Pemasaran Produk Media Sosial Instagram



gambar 9 Pemasaran Produk Media Sosial TikTok

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Usaha keripik singkong di Dusun Bedok, Desa Bulurejo, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang Jawa Timur terkelela dengan baik oleh pemilik usaha tersebut. Keuntungan yang diperoleh dari keripik singkong "Wong Ndeso" ini adalah rasa yang lebih renyah dan kualitas singkong yang empuk atau tidak pahit. Proses pengolahan yang baik menjadikan usaha ini mendapatkan sertifikasi halal dan menjadi keunggulan usaha keripik singkong di Desa Bulurejo.

Sistem penjualan yaitu dengan menjual langsung ke konsumen dan juga promosi atau mengiklankan dengan menggunakan media social seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Keripik singkong "Wong Ndeso" ini dijual dengan harga Rp 5.000 / pcs.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam pendampingan Usaha ini, maka saran untuk ke depannya yaitu sebaiknya penggunaan strategi digital marketing oleh pemilik usaha keripik singkong wong deso dapat ditindaklanjuti dengan pembimbingan secara berkala sehingga bisa efektif dan optimal dalam menujung kegiatan pemasaran usaha UMKM serta dapat meningkatkan penjualan usaha UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis jurnal pengabdian masyarakat ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa kerjasama dan bantuan berbagai pihak sangat membantu dalam menyelesaikan jurnal pengabdian masyarakat ini. Oleh sebab itu, di dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Pihak LPPM Universitas Darul 'Ulum Jombang
2. Ibu Kudrotun Nafisah S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing lapangan selama melakukan pengabdian masyarakat
3. Ibu Supraptini selaku lurah Desa Bulurejo yang telah memberikan izin
4. Ibu (pemilik usaha) pemilik UMKM keripik singkong "Wong Ndeso" yang telah membantu dan mendukung sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik
5. Semua pihak yang tidak bsa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian jurnal pengabdian masyarakat ini

DAFTAR PUSTAKA ·

- Ardiana, I. D. K. R., & Brahmayanti, I. A. (2010). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 42–55. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.42-55>
- Babay Faridz Wazdi, 2024. Penguatan UMKM bagi Perekonomian Nasional https://infobanknews.com/penguatan-umkm-bagi-perekonomian-nasional-2/#google_vignette
- Nurul Akramiah, Ratna Pudyaningsih, Sri Hastari (2021). Pengembangan UMKM singkong melalui digitalisasi marketing di desa kalipang, grati, kabupaten pasuruan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol.1 No.2 E-ISSN 2798-3846.
- Opan Arifudin (2020). PKM pembuatan kemasan, peningkatan produksi dan perluasan pemasaran keripik singkong di subang jawa barat. Vol.4 No.1 ISSN 2580-7978(cetak) ISSN 2615-0794 (online).
- Rohmadi (2020). Tingkatkan Pendapatan Desa, Bumdes Bulurejo Jombang Berdayakan Wisata Desa. <https://timesindonesia.co.id/wisata/295051/tingkatkan-pendapatan-desa-bumdes-bulurejo-jombang-berdayakan-wisata-desa>
- Tirsa Neyantri Bandrang, Ratna Rianti, Qurrotul A'yun Fatimah Azzahro (2022). PKM kegiatan usaha keripik singkong dalam meningkatkan usaha kelompok PKK. *Medani Jurnal Pengabdian Masyarakat* ISSN 2962-8032.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah