



PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN UMKM DESA WOLOWEA INDUK DALAM PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK SINGKONG

Rosvita Dhue Deku^{1*}, Naim².

^{1,2} Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang

*Corresponding Author; dekurosvita@gmail.com _

ABSTRAK

Tujuan utama pengabdian ini adalah untuk meningkatkan visibilitas, daya saing, dan pendapatan UMKM melalui promosi produk di *platform* media sosial. Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan pengetahuan dalam mengembangkan produk inovatif, yang menghambat mereka untuk bersaing dengan produk luar negeri. Akibat pentingnya proyek ini adalah mendukung UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk meningkatkan daya saing mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa pembuatan video ini memiliki banyak manfaat, seperti peningkatan visibilitas produk, peningkatan penjualan, dan perbaikan dalam proses pengemasan. Selain itu, video tersebut berhasil menarik perhatian konsumen dan membangun hubungan yang lebih dekat antara produsen dan konsumen melalui media sosial. Hasil ini juga menunjukkan betapa pentingnya konten visual dalam strategi pemasaran digital bagi UMKM serta betapa pentingnya berinovasi.

Kata kunci:

Digital;
Pemasaran;
UMKM; Keripik;
Singkong

Artikel ;

Diterima: 29/12/2024
Diperbaiki: 31/12/2024
Diterbitkan: 5/1/2024

PENDAHULUAN

Desa Wolowea Induk, seperti banyak desa di Indonesia menyimpan potensi ekonomi yang besar, salah satunya melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu sektor UMKM yang menonjol di Desa Wolowea Induk adalah produksi keripik singkong. Keripik singkong, dengan cita rasa lokal dan potensi pasar yang luas, memiliki peluang besar untuk menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakat desa. Namun, hambatan klasik yang kerap dihadapi UMKM, seperti keterbatasan akses pasar, minimnya pengetahuan pemasaran modern, dan persaingan yang ketat, menghalangi pertumbuhan dan perkembangan usaha keripik singkong di Desa Wolowea Induk.

Di era digital yang serba cepat dan terhubung ini, pemasaran digital hadir sebagai solusi inovatif untuk mengatasi tantangan tersebut. Strategi pemasaran digital yang tepat dapat menjadi kunci untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM keripik singkong, menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional, bahkan internasional. Dengan memanfaatkan *platform* digital, UMKM dapat mempromosikan produknya dengan biaya yang relatif terjangkau, membangun *brand awareness* yang kuat, dan meningkatkan interaksi langsung dengan konsumen.



Tulisan ini akan mengkaji secara mendalam penerapan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM keripik singkong di Desa Wolowea Induk. Analisis ini akan mencakup berbagai aspek, mulai dari identifikasi potensi dan tantangan, perancangan strategi pemasaran digital yang terintegrasi, hingga evaluasi dampak penerapan strategi tersebut terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan para pelaku usaha. Harapannya, tulisan ini dapat memberikan kontribusi yang bermakna bagi pengembangan ekonomi desa dan peningkatan kualitas hidup masyarakat Desa Wolowea Induk. Lebih lanjut, kajian ini diharapkan dapat menjadi model bagi desa-desa lain dengan potensi UMKM serupa untuk mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi digital.

Kajian Teori

Perekonomian di daerah dan nasional dapat ditingkatkan oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sektor ini telah terbukti mampu bertahan di tengah berbagai kondisi krisis, menjadikannya tulang punggung perekonomian yang Tangguh (Mansir & Tumin, 2022). Kemampuannya untuk meningkatkan pendapatan per kapita dan Produk Domestik Bruto (PDB) melalui penyerapan tenaga kerja yang besar adalah salah satu kontribusi penting UMKM. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM mengatur keberadaan UMKM di Indonesia. Undang-undang ini memberikan definisi yang jelas tentang usaha dibagi menjadi mikro, kecil, dan menengah. Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif milik individu atau badan usaha individu yang memenuhi kriteria tertentu. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, bukan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan besar. Usaha menengah juga adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh undang-undang. Meskipun UMKM memiliki potensi besar, terdapat hambatan yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha, terutama dalam hal pengetahuan dan pemahaman yang terbatas. Keterbatasan ini sering kali menghambat UMKM dalam mengembangkan produk dan layanan yang inovatif, sehingga mereka kesulitan bersaing dengan produk dan layanan dari luar negeri yang lebih maju (Atmojo, 2022).

Akibatnya, diperlukan upaya untuk mendukung pertumbuhan UMKM, salah satunya melalui pengabdian masyarakat. Kegiatan ini diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, di mana pada Pasal 20 Ayat 2 dinyatakan bahwa perguruan tinggi memiliki kewajiban untuk menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Ketiga aspek tersebut harus dilaksanakan dengan proporsi yang seimbang dan terpadu, dengan harapan bahwa mahasiswa akan menjadi individu yang berpengetahuan luas di bidangnya masing-masing serta mampu mengembangkan potensi masyarakat, merumuskan masalah, dan menjadi solusi terhadap permasalahan yang ada di masyarakat.

Pembuatan video dokumenter tentang UMKM, terutama yang berkaitan dengan produksi keripik singkong, adalah salah satu bentuk kontribusi nyata yang dapat dilakukan melalui pengabdian ini. Ada beberapa keuntungan dari membuat video



dokumenter ini, antara lain membantu mengenalkan bisnis keripik singkong kepada masyarakat luas, yang dapat meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan. Dengan menggunakan media sosial sebagai *platform* promosi, produk keripik singkong dapat menjangkau target pasar yang lebih luas, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama di daerah pedesaan (Tiara & Wanta, 2023). Melalui video dokumenter ini, UMKM keripik singkong dapat lebih dikenal dan diakui oleh masyarakat, yang tidak hanya akan memberikan manfaat ekonomi bagi para pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Fauzi et al., 2023). Pengabdian ini yang berfokus pada pembuatan video dokumenter jenis ini tidak hanya membantu UMKM, tetapi juga memberikan mahasiswa pengalaman praktis untuk menggunakan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang mereka pelajari di kelas.

METODE

Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) penghasil keripik singkong di Desa Wolowea Induk melalui penerapan strategi pemasaran digital. Data yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini berasal dari berbagai hasil pengabdian sebelumnya yang telah dipublikasikan di sejumlah jurnal ilmiah. Pengumpulan data dilakukan dengan mengakses jurnal-jurnal tersebut melalui *platform* seperti *Google Scholar*. Pendekatan studi literatur dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang perkembangan penelitian terkait serta gambaran *komprensif* mengenai topik yang dikaji, tanpa perlu melaksanakan penelitian empiris langsung. Di era digital yang dinamis ini, Desa Wolowea Induk menemukan solusi yang efektif dan efisien untuk pengembangan usahanya melalui penerapan strategi pemasaran digital.

HASIL DAN DISKUSI

Dijelaskan bahwa sebagian besar pengrajin keripik UMKM tidak menggunakan inovasi dalam proses pembuatannya dan tidak memiliki kemasan produk, yang berarti produk tidak dapat dipasarkan di pasar kontemporer. Ini karena orang tidak tahu "Asal usul bisnis yang benar". Selain itu, pengusaha UMKM menghadapi tantangan dalam menjual keripik mereka yang hanya dijual di pasar *konvensional*. Sebagai hasil dari pengabdian ini, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) keripik singkong di Wolowea Induk Kecamatan Baowae Nusa Tenggara Timur, menjadi fokus utama. Penggunaan alat tradisional dalam proses produksi merupakan hambatan utama. Mahasiswa memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang cara membuat keripik singkong yang lebih efektif dan kontemporer melalui kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas produksi keripik singkong, memperluas pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.



Gambar 1. Proses Penggorengan Keripik Singkong

Singkong adalah bahan pangan yang dapat diolah menjadi produk tahan lama seperti tepung tapioca dan keripik. Namun ketidakseimbangan antara permintaan pasar yang rendah dan produksi singkong yang melimpah membuat para petani di Desa Wolowea Induk menghadapi masalah. Akibatnya, banyak tanaman singkong terabaikan dan tidak mendapat perawatan yang memadai, yang membuatnya lebih rentan terhadap kerusakan. Untuk mencapai tujuan ini, strategi pengolahan singkong yang lebih baik diperlukan. Dengan demikian, komoditi singkong dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Hasil dari pembuatan video UMKM keripik singkong sangat membantu bisnis keripik singkongnya. Video ini berhasil menggambarkan bisnis secara menyeluruh, mulai dari produksi hingga pengemasan juga mempromosikan produk melalui berbagai *platform* media sosial.



Gambar 2. Hasil Keripik Singkong Setelah Penggorengan

Selain memperkenalkan produk keripik singkong, video ini juga bertujuan untuk mendorong UMKM dengan menampilkan proses produksi secara rinci, memberi konsumen pemahaman yang jelas tentang kualitas produk dan keaslian. Proses pembuatan keripik singkong ditunjukkan kepada penonton karena menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan teknik higienis. Selain itu, video ini menunjukkan proses pengemasan yang dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa produk tetap segar dan menarik bagi pelanggan. Informasi yang ditampilkan dalam video tersebut dapat membantu pelanggan lebih memahami nilai produk keripik singkong, sehingga mereka lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.



Gambar 3. Proses Pengemasan Keripik Singkong



Penerapan Digital Marketing UMKM Keripik Singkong di Desa Wolowea Induk

Selain pelatihan untuk meningkatkan keterampilan kreatif, ada juga *workshop* tentang *digital marketing* yang dibimbing secara berkala oleh pemerintah. Dengan mengadakan *workshop* ini, kelompok usaha di desa Wolowea Induk diharapkan dapat memperluas target pasar mereka dengan memasarkan produk mereka secara offline dan juga secara online. Upaya yang dapat dilakukan untuk menerapkan *digital marketing* di desa Wolowea Induk adalah sebagai berikut:

1. Adanya pelatihan untuk membuat desain logo dan desain kemasan. Kursus ini membutuhkan media seperti komputer atau laptop dan aplikasi seperti *Corel Draw* untuk mengajarkan peserta dasar-dasar desain grafis untuk membuat logo dan desain kemasan produk.
2. *Workshop digital marketing* diadakan selama minimal dua kali pertemuan dan diawasi oleh guru selama satu bulan. Di dalam Peserta didik tentang pembuatan akun bisnis di sosial media seperti *Facebook* dan *Instagram*, pembuatan akun *e-commerce*, dan strategi untuk menarik pembeli ke *e-commerce*. Mereka juga diajarkan cara menggunakan *Google Ads* untuk mempromosikan produk.

KESIMPULAN

Program pemberdayaan UMKM keripik singkong di Desa Wolowea Induk melalui penerapan strategi pemasaran digital membuktikan bahwa pendekatan ini efektif dalam meningkatkan kualitas produksi, memperluas akses pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Pelatihan yang diberikan, seperti pelatihan pembuatan keripik singkong secara modern, desain logo dan kemasan, serta *workshop digital marketing*, membantu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memproduksi dan memasarkan produknya. Pembuatan video dokumenter juga memberikan dampak signifikan dalam memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas, meningkatkan kesadaran masyarakat akan nilai produk lokal, dan menarik minat konsumen. Dengan memanfaatkan *platform digital* seperti media sosial, *e-commerce*, dan *Google Ads*, UMKM keripik singkong di Desa Wolowea Induk berhasil menjangkau konsumen di tingkat lokal maupun nasional. Ini tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan pelaku usaha tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Pendekatan ini diharapkan menjadi model yang dapat diterapkan di desa-desa lain dengan potensi UMKM serupa, menjadikan *teknologi digital* sebagai solusi untuk mengatasi tantangan dan memaksimalkan potensi ekonomi desa.

REKOMENDASI

Rekomendasi yang dapat diterapkan untuk mendukung keberlanjutan dan



pengembangan UMKM keripik singkong di Desa Wolowea Induk perlu dilakukan peningkatan kualitas produk melalui adopsi teknologi modern dan pengembangan varian rasa untuk memenuhi *preferensi* konsumen. Selain itu penting memastikan standar kebersihan dan kualitas bahan baku agar produk tetap berkualitas tinggi. Ekspansi pasar digital harus dioptimalkan dengan menggunakan *platform e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Konten promosi yang berkualitas, seperti foto, video, dan ulasan pelanggan, juga perlu ditingkatkan. Strategi iklan berbayar seperti *Facebook Ads*, *Instagram Ads*, dan *Google Ads* dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas produk. Pelaku usaha perlu diberikan pelatihan lanjutan, tidak hanya dalam pemasaran digital tetapi juga dalam manajemen bisnis dan keuangan. Pembentukan komunitas UMKM desa juga dapat menjadi wadah untuk berbagi pengalaman dan solusi. Evaluasi dan *monitoring* harus dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas strategi pemasaran digital dan inovasi produk yang telah diterapkan. Data penjualan dan masukan dari konsumen dapat menjadi acuan untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan. Oleh karena itu, UMKM keripik singkong di Desa Wolowea Induk dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, dan memberikan dampak yang signifikan bagi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

REFERENSI

- A. Fawaid and E. Fatmala, "Home Industry Sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol. 14, no. 1, p. 109, 2020, doi: 10.35931/aq.v14i1.342.
- Adviany et al., "Singkong Putra Bungsu Dan Dapur Kelompok Wanita Tani (Kwt Mekar," no. 5, 2023.
- Atmojo, M. E. (2022). Pemberdayaan Umkm Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 378–385.
- E. T. Y. Dima, A. Y. W. Timuneno, and G. Tukan, "Peningkatan intensitas produksi dan pemasaran usaha keripik singkong," *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, vol. 5, no. 3, pp. 468–477, 2024, doi: 10.33474/jp2m.v5i3.22036.
- Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75.
- Fandi Tjiptono, 2015, Strategi Pemasaran, 4 th , Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, Ph.D dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik, edk 2,



C.V Andi Ofset, Yogyakarta.

- Fauzi, H., Neny Kusumadewi, R., Mulyani, H. S., & Prihartini, E. (2023). Pemberdayaan Pelaku Umkm Melalui Optimalisasi Pengetahuan, Pemahaman, Inovasi Dan Pengenalan Digitalisasi Menuju Desa Yang Kreatif. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3512–3516.
- Halida Zia, “Pengaturan Pengembangan UMKM di Indonesia, Ekonomi Kerakyatan, vol. 1, no. 1, 2020.
- Haris, M., & Kurniasari, I. H. (2023). Analisa Kualitas Produk Pada Umkm Kripik Singkong. 6(2), 373–379.
- K. Gibran et al., “Inovasi kemasan dan pemasaran keripik singkong ripnim untuk meningkatkan daya saing umkm,” vol. 1, no. 3, pp. 208–214, 2024.
- M. F. Rizki, A. H. Hasanah, M. A. Aqil, and I. Ikhsan, “Pemasaran Digital Usaha Keripik Singkong sebagai Optimalisasi Pemberdayaan UMKM Desa Kebonadem no. 3, pp. 42–48, 2024.
- M. H. Sujatna, S.Sos., “Inovasi Pengembangan Manajemen Kinerja Perpustakaan,” *MADIKA: Media Informasi dan Komunikasi*, pp. 13–21, 2018.
- M. Zihanuddin, N. Haliza, A. A. Saputri, and Y. Abdullah, “Sosialisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Produk Keripik Singkong Sebagai Upaya Menjadi Produk Unggulan Di Desa Tanjung Ibus,” vol. 2, no. 2, pp. 108–114, 2024.
- Mansir, F., & Tumin, T. (2022). Pemberdayaan Umkm Sebagai Usaha Meningkatkan Kualitas Pemasaran Produk Di Padukuhan Dukuhsari Wonokerto Turi Sleman. *Jurnal Abdinus : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 656–664.
- Niode, I. Y. (2019). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10.
- Oktaviani, F dan Rustandi, D, 2018, Implementasi *Digital Marketing* dalam Membangun Brand Awareness, Vol. 3, No. 1, dilihat 13 Oktober 2020,
- P. Purwanti and S. Makmun, “Pengembangan UMKM keripik singkong berbasis Digital marketing di Desa Pasir Tanjung,” *TRIDARMA: Pengabdian Kepada ...*, vol. 6, no. 9, 2023.
- Paramita, P. D., & Surur, A. M. (2022). Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM melalui Inovasi Sosial Media Marketing. *Al-Dzahab: Jurnal of Economic, Management, Business and Accounting*, 3(1), 21–31.
- Rio F. Wilantara dan Susilawati, 2016 Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM (Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA), 1 st ed. Anna, PT. Refika Aditama, Bandung.



- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142.
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102.
- Sari, H. H., Ramdani, T., Yunengsih, N., Maryam, R. S., Ningsih, E. J., & Sujai, I. (2022). Analisis Umkm Pembuatan Keripik Singkong Di Desa Jatinagara Kecamatan Jatinagara Kabupaten Ciamis. *Prosiding Seminar Nasional Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Galuh*, 359–367.
- Siswati, E., & Alfiansyah, R. (2020). Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Berbasis Inovasi (Studi Pada Umkm Keripik Samiler Kasper Di Sidoarjo). *IDEL: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 84–90.
- Tiara, D. R., & Wanta, S. E. (2023). Upaya Pemberdayaan Digitalisasi Terhadap Umkm Tape Singkong Di Desa Telukbango. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 5262– 5267.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008,” no. 1, 2008.