

## **Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kapasitas Penjualan UMKM Keripik Pohung**

**Syafi'ah<sup>1</sup>, Suwono<sup>2</sup>, Hatta Setiabudhi<sup>3</sup>, Retno Sari Puji Astuti<sup>4</sup>, Devi Septiani<sup>5</sup>, Ita Wahyuningsih<sup>6</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali , Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Syafi'ah

**E-mail:** [vie.syafie@unugha.id](mailto:vie.syafie@unugha.id)

### **Abstrak**

*Industri berskala rumahan warga Grumbul Muntab Desa Kesugihan Kidul Kecamatan Kesugihan Kabupaten Cilacap yang sudah berdiri beberapa tahun dan dijadikan sumber penghasilan adalah membuat camilan terutama Keripik Pohung (Singkong). Pohung (Singkong) merupakan bahan pangan yang mudah ditemukan di Kabupaten Cilacap, dijadikan salah satu olahan yang disukai oleh masyarakat yaitu Keripik Pohung (Singkong) yang masih menggunakan sistem tradisional dari segi pengolahan dan pemasaran produknya. Pada Kegiatan PKM yang dilakukan tim Pengabdian dosen dan mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap yang akan menjadi fokus kami untuk mengambil tema tersebut yaitu inovasi pada logo dan strategi pemasaran. Upaya yang dilakukan mahasiswa dalam mengatasi masalah tersebut adalah 1) mengubah kemasan keripik pohung yang semula plastik biasa menjadi kemasan standing pouch agar produk tahan lama dan menarik konsumen, 2) membuat desain logo untuk produk agar memiliki ciri khas dari produk tersebut, 3) membuat media sosial sebagai media promosi. Metode yang digunakan adalah 1) pembuatan desain logo, 2) penyuluhan/sosialisasi, 3) pendampingan.*

**Kata kunci** – Keripik Singkong, UMKM, Rebranding, Inovasi

### **Abstract**

*The home-scale industry of the residents of Grumbul Muntab, Kesugihan Kidul Village, Kesugihan District, Cilacap Regency, which has been established for several years and has been used as a source of income, is making snacks, especially Pohung (Cassava) Chips. Pohung (Cassava) is a food ingredient that is easy to find in Cilacap Regency, it is made into one of the processed foods that people like, namely Pohung (Cassava) Chips which still uses traditional systems in terms of processing and marketing its products. In the PKM activities carried out by the lecturer and student team Nahdlatul Ulama Al Ghazali University, Cilacap, our focus will be on this theme, namely innovation in logos and marketing strategies. The efforts made by students to overcome this problem are 1) changing the packaging for pohung chips which was originally ordinary plastic into standing pouch packaging so that the product is long-lasting and attractive to consumers, 2) making a logo design for the product so that it has the characteristic of the product, 3) making media social as a promotional medium. The methods used are 1) creating a logo design, 2) counseling/socialization, 3) mentoring.*

**Keywords** - Cassava Chips, MSMEs, Rebranding, Innovation

## **PENDAHULUAN**

UMKM adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan (Purba, 2019) (Ety et al., 2021). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara karena memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan keanekaragaman ekonomi. UMKM biasanya dikelompokkan berdasarkan ukuran yaitu ada Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Singkong (Pohung) merupakan tanaman berakar umbi yang kaya nutrisi dan sering kali dijadikan bahan makanan diberbagai negara. Tanaman ini tumbuh subur di negara Tropis dan Subtropis termasuk di negara Indonesia. Singkong adalah salah satu tanaman yang tumbuh baik di negara Indonesia. Ketersediaan yang relatif tinggi menjadikan singkong sumber pangan yang murah dan dapat diandalkan. Singkong dapat digunakan sebagai alternatif pengganti nasi dan dapat diolah menjadi hidangan yang beragam di masyarakat. Singkong sangat mudah ditemukan di Kabupaten Cilacap.

Produk keripik pohung (singkong) merupakan produk yang tidak asing bagi masyarakat Indonesia. Keripik singkong merupakan salah satu makanan ringan yang banyak digemari konsumen, karena rasanya yang renyah dan murah harganya menjadikan cemilan ini sebagai salah satu makanan favorit yang dapat menemani waktu santai konsumen bersama keluarga. Namun, perlu adanya inovasi dalam produknya yaitu dengan menambah beberapa variasi rasa dalam produk keripik pohung (singkong). Penambahan variasi rasa mampu memberikan banyak pilihan bagi konsumen.

Salah satu industri rumah tangga yang memproduksi keripik pohung (singkong) adalah usaha milik ibu Nurul yaitu Keripik Pohung "Sultan" yang berlokasi di Kesugihan Kidul, Cilacap. Pada proses pembuatan keripik yang dimulai dari penerimaan bahan baku, proses pengolahan dan produk ahir serta pemasaran terhadap produk tersebut. Untuk pembuatan keripik singkong dimulai dari penerimaan bahan baku (Susanto et al., 2022). Bahan baku pembuatan keripik singkong adalah ubi kayu. Keripik Pohung (Singkong ) sejenis makanan ringan yang berupa irisan tipis dari umbi-umbian yang mengandung pati. Biasanya keripik Pohung (Singkong) melalui tahap penggorengan, tetapi ada pula yang hanya melalui penjemuran, atau pengeringan.

Proses Pembuatan Keripik Singkong mulai bahan baku mentah sampai siap dijual melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pengupasan Kulit

Ubi kayu yang telah dipilih dikupas tetapi sebelumnya dipotong terlebih dahulu masing-masing ujungnya. Pengupasan kulit ubi kayu dilakukan digarit dengan ujung pisau, kemudian kulit tersebut mulai dikelupas sampai bersih.

2. Pencucian

Ubi kayu yang telah dikuliti dicuci dengan air hingga seluruh kotoran bersih. Kemudian dibilas dengan air bersih sehingga kotoran yang melekat pada ubi kayu benar-benar bersih.

3. Perajangan/Pengirisan

Ubi kayu yang telah dicuci diiris (dirajang) tipis dengan memakai pisau atau alat pasha sehingga diperoleh irisan yang sama tebalnya.

4. Penggorengan

Ubi kayu yang telah dirajang langsung bisa dilakukan penggorengan, tetapi minyak gorengnya harus benar-benar sudah panas ( $\pm 160-200^{\circ}$ ). Penggorengan dilakukan sampai irisan ubi kayu berwarna kuning atau selama 10 menit. Jika keripik singkong yang diinginkan mempunyai beberapa rasa, maka 12 keripik singkong sebelum diangkat dari penggorengan terlebih dahulu diberi bumbu seperti garam, gula dan lain-lain. Minyak goreng yang digunakan sangat berpengaruh pada hasil keripik singkong yang bermutu baik dan tahan lama disimpan. Minyak goreng yang sudah hitam dan berbau tidak bisa digunakan lagi.

5. Pengemasan Sebelum dikemas keripik singkong diangin-anginkan sampai dingin, lalu dimasukkan dalam plastik polytilene dengan ketebalan 0.05 mm. Keripik singkong dengan berat 200 gram dapat dikemas dalam plastik ukuran 20x25 cm. Selain menggunakan plastik dapat juga digunakan kaleng. Pada kemasan dicantumkan label (nama perusahaan, berat netto, merk dagang, ijin depkes dan lain-lain yang diperlukan). Keripik singkong yang dikemas dalam plastik dapat tahan simpan selama 4-6 bulan, sedangkan yang dalam kaleng tahan disimpan 6 bulan.

Pelatihan Digital Marketing yang dilakukan dalam kegiatan PKM di Desa Kesugihan Kidul Cilacap dengan mendatangi langsung UMKM untuk meningkatkan wawasan mahasiswa dan dapat membantu masyarakat. Pendampingan yang dilakukan adalah pendampingan terhadap salah satu UMKM yang berada di Grumbul Muntab Desa Kesugihan Kidul, Cilacap, Jawa Tengah. nama usaha yang berkembang dalam usaha ini adalah "Keripik Sultan". Dari hasil pendampingan terhadap UMKM ini yaitu pembuatan logo guna daya tarik calon pembeli dan ciri khas dari produk Keripik Sultan, kemasan atau packaging menggunakan standing pouch, pemberian variasi rasa untuk menambah berbagai cita rasa Keripik Sultan dan Pemasaran melalui media sosial sebagai media promosi baik melalui Facebook, Instagram, Tiktok dan whatsapp



**Gambar 1.**  
Keripik Singkong (Pohung) sebelum pengemasan

Pendampingan ini bertujuan untuk membantu mitra umkm dalam menunjang pemasaran produk keripik pohung dengan memanfaatkan internet beserta teknologi saat ini untuk memperluas jangkauan target pasar atau konsumen melalui digital marketing.

## METODE

Program kegiatan PKM yang dilakukan tim Pengabdian dosen dan mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap dilaksanakan pada tanggal 11 Juli s.d 19 Agustus 2023. Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan dengan mengadakan pendampingan peningkatan penjualan Keripik Pohung (Singkong) di Kesugihan. Pengabdian Masyarakat yang akan disampaikan secara langsung seperti pemberian ide, masukan, gagasan, saran dan dalam hal meningkatkan penjualan melalui strategi penjualan melalui digital marketing.

Metode yang kami gunakan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan metode ToT (*Training of Trainers*) adalah metode pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan para pelatih dalam mengajarkan teknik pembuatan produk tertentu kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Metode ToT melibatkan dua tahap yaitu pembuatan atau pengadaan alat dan pelatihan serta pendampingan. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini kami melakukan pendampingan dengan memberikan pengetahuan tentang manajemen usaha, pemasaran dan pengembangan produk agar dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan penjualan produk.

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini melalui pendampingan. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, Tim Pengabdian melakukan observasi kepada pemilik usaha Ibu Nurul Faijah dengan cara melakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan apa yang dihadapi.

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Setelah melakukan identifikasi permasalahan mitra umkm, maka mahasiswa KKN melaksanakan kegiatan pendampingan untuk memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi.

#### 3. Tahap Evaluasi

Setelah melalui tahapan pelaksanaan maka dilakukanlah tahapan evaluasi. Tahapan evaluasi ini untuk mengetahui perbedaan tingkat penjualan antara sebelum dan sesudah adanya pendampingan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pendampingan UMKM yang dilakukan oleh Pengabdian dosen dan mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap dengan mendatangi langsung pelaku usaha bertujuan untuk menambah pengetahuan bagi mahasiswa dan membantu masyarakat. Dalam kegiatan ini pendampingan yang dilakukan adalah pendampingan salah satu UMKM yang ada di Grumbul Muntab Desa Kesugihan Kidul yang sedang berkembang dengan nama “Keripik Sultan” milik Ibu Nurul.

Usaha Keripik Pohung Sultan melakukan proses produksi dan pemasaran masih secara konvensional karena keterbatasan teknologi yang dimiliki. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam rangka memberikan solusi permasalahan yang dihadapi oleh mitra usaha. Dalam pelaksanaan ini mitra usaha diberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana pengemasan yang bagus dan pemasaran melalui media sosial.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kepada UMKM Keripik Pohung Sultan Dusun Grumbul Desa Kesugihan terdapat beberapa tahapan yang dilaksanakan, yaitu:

#### 1. Penyuluhan/Sosialisasi

Dalam kegiatan ini mahasiswa berbagi informasi, pengetahuan tentang pengemasan produk, desain produk serta pemasaran melalui media sosial agar dapat meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dengan produk lain. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 15 agustus 2023. Memberikan pemahaman tentang pentingnya kemasan, merk dan label dalam meningkatkan penjualan.

#### 2. Pemasaran

Dalam kegiatan ini mahasiswa membantu untuk pembuatan akun sosial media guna memperluas penjualan produk keripik pohung sultan.

Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap memilih UMKM Keripik Pohung milik Ibu Nurul sebagai mitra diperoleh hasil dari kegiatan adalah sebagai berikut :

#### 1. Sosialisasi/Penyuluhan

Kegiatan sosialisasi/penyuluhan dengan mitra UMKM Keripik Pohung yang dilakukan oleh mahasiswa dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2023 di Rumah Ibu Nurul selaku pemilik usaha keripik Sultan. Kegiatan ini bertujuan memberikan wawasan, informasi tentang pengemasan, desain logo serta pemasaran di media sosial agar dapat meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dengan produk yang lainnya.



Gambar 2.  
Sosialisasi/Penyuluhan

Keripik Sultan sebelumnya belum memiliki logo sebagai ciri khas dari produknya, dengan adanya kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap membuat desain yang lebih menarik dan dikemas dengan baik agar mudah diingat oleh pembeli.



Gambar 3.  
Gambar Logo Keripik Pohung

Pada kegiatan ini mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap memberikan pemahaman tentang pengemasan pada produk Keripik Pohung agar lebih menarik minat pembeli yang sebelumnya menggunakan plastik kemasan biasa. Dengan menggunakan kemasan yang jauh lebih menarik akan menambah nilai terhadap suatu produk.



Gambar 4.  
Pengemasan dan logo Keripik Pohung

## 2. Pemasaran/Marketing

Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap membantu pemasaran atau marketing dengan mempromosikan melalui media sosial. Dengan adanya pemasaran melalui media sosial diharapkan keripik pohung dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan secara online.



**Gambar 5.**  
Media Sosial Keripik Pohung

Dengan adanya pendampingan terhadap mitra umkm mengenai pemasaran melalui media sosial mengalami peningkatan penjualan. Tingkat rata-rata penjualan setelah adanya pemasaran online rata rata sekali produksi menghabiskan kurang lebih 100kg singkong dengan penjualan waktu 1 minggu.

## 3. Evaluasi Kegiatan

Tahap Evaluasi merupakan proses yang berfungsi untuk mengetahui dan mengukur hasil dari pembelajaran yang telah dilaksanakan, (Wahyuni & Sutarto, 2018). Adapun hasil evaluasi yang dihasilkan dari kegiatan pendampingan tersebut, yaitu :

- Sebelum adanya pendampingan, penjualan hanya dilakukan secara langsung kepada konsumen dengan dititipkan ke warung terdekat namun setelah adanya pendampingan penjualan dapat dilakukan secara online sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.
- Kemasan yang sebelumnya menggunakan plastik, setelah adanya pendampingan kemasan diperbaiki menjadi lebih menarik menggunakan standing pouch plastik dengan diberi label, merk pada kemasan.
- Adanya peningkatan jumlah pelanggan baru, dengan adanya penjualan dalam kemasan memungkinkan memasarkan secara online seperti facebook, ig, blog dan whatsapp sehingga mampu menjangkau pelanggan yang luas.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pendampingan dengan UMKM Keripik Pohung bersama Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap diperoleh hasil yang pertama yaitu adanya desain logo "Keripik Pohung Sultan" yang memiliki ciri khas tersendiri agar memiliki daya tarik pembeli, kedua yaitu kemasan yang awalnya dengan kemasan biasa diganti dengan kemasan standing pouch yang lebih tahan lama dan menarik pembeli, dan yang ketiga dari mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap membuat media sosial agar dapat dikenal oleh masyarakat luas serta dapat meningkatkan penjualan secara online.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami sangat berterima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan serta pelaksanaan dan penyelesaian kegiatan pengabdian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ety, W. A., Mely, D. H., & Nur, O. (2021). *PENDAMPINGAN UMKM KERIPIK SINGKONG WIJAYA BATURETNO*. 1–4. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10911/6192>
- Purba, M. A. (2019). Analisis Penerapan Sak Emkm Pada Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 55–63. <https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1219>
- Susanto, H., Antoni, A., & Abdullah, M. M. (2022). *PENDAMPINGAN UMKM DALAM MENINGKATAN PENJUALAN KERIPIK SINGKONG "AYU FITRIANI" DI SAMPIT*. 1(2), 1–6.
- Wahyuni, S., & Sutarto, J. (2018). Pembelajaran Kursus Menjahit di Lembaga Kursus dan Pelatihan Gassebo Kabupaten Kendal. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 5(2), 23–44. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jppm/article/view/8275>