

Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Keripik Debog Pisang *Online* Melalui Manajemen Pengemasan Inovatif dan Pemasaran Berbasis *E-Commerce*

Dhea Amellia¹, Wahyu Eko Pujiyanto²

¹Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

dhea.amellia962@gmail.com¹

Kilas Artikel

Volume 1 Issue 4
Desember 2023

Article History

Submission: 01-07-2023

Revised: 11-09-2023

Accepted: 11-09-2023

Published: 02-12-2023

Kata Kunci:

UMKM, Pengemasan Produk, E-Commerce, Keripik Debog Pisang

Keywords:

MSMEs, Product Packaging, E-Commerce, Banana Debog Chips



Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstrak

Permasalahan yang ada pada UMKM Asman Jahe adalah strategi pemasaran produk keripik debog pisang masih menggunakan cara tradisional dan sederhana karena pemilik usaha belum memahami pemasaran secara online serta proses pengemasan produk yang kurang menarik. Tujuan dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan terkait manajemen pengemasan produk serta pemasaran berbasis e-commerce yang baik dan menarik. Kegiatan dilakukan dengan menggunakan metode observasi dan wawancara langsung. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, memberikan solusi terhadap UMKM berupa peningkatan pemahaman dan keterampilan pada kegiatan promosi, tersedianya kemasan yang higienis, ekonomis, bersih dan rapi, tersedianya merek pada kemasan dengan desain yang menarik dan informasi yang lengkap serta tersedianya media sosial sebagai media pada mitra dalam melakukan kegiatan promosi.

Abstract

The problem that exists in Asman Jahe MSMEs is that the marketing strategy for banana debog chips products still uses traditional and simple methods because business owners do not understand online marketing and the product packaging process is less attractive. The purpose of this community service activity is to provide training related to product packaging management and e-commerce-based marketing that is good and attractive. Activities are carried out using direct observation and interview methods. The results of this community service activity provide solutions to MSMEs in the form of increased understanding and skills in promotional activities, the availability of hygienic, economical, clean and neat packaging, the availability of brands on packaging with attractive designs and complete information and the availability of social media as media for partners in carrying out promotional activities.

1. PENDAHULUAN

Desa Tlasi merupakan salah satu wilayah yang terletak pada Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo yang umumnya dikenal sebagai sentra industri kerupuk terbesar di Sidoarjo. Tetapi tidak hanya itu, Desa Tlasi juga menjadi salah satu daerah yang mempunyai banyak tanaman pohon pisang. Sejauh ini warga sekitar masih belum memaksimalkan pemanfaatan potensi yang terdapat pada tanaman pohon pisang karena penggunaannya yang hanya sebatas buah, jantung dan daun saja. Akan tetapi pada bagian pelepah atau yang biasa disebut gedebog ini jarang sekali dimanfaatkan sebagai olahan makanan. Padahal pelepah atau debog pisang ini memiliki sesuatu yang bernilai tinggi jika diolah dengan kreatif dan inovatif. Tanpa disadari bahwa sesungguhnya gedebog pisang ini dapat dijadikan menjadi olahan keripik yang lezat. (Ritonga et al., 2022) menyatakan bahwa keripik merupakan camilan ringan bersifat kering dan renyah yang hampir semua kalangan menyukainya mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa (Februari et al., 2023).

Dapat disimpulkan bahwa pelepah atau debog pisang yang banyak dijadikan olahan makanan ternyata berpotensi cukup besar di Desa Tlasi khususnya pada salah satu *home*

industry yakni UMKM Asman Jahe yang memilih mengolahnya berupa keripik. karena keripik debog pisang merupakan jenis keripik yang sangat unik dan jarang sekali ditemukan. Selain itu, bisa juga dijadikan sebagai peluang usaha yang cukup menguntungkan dan proses pembuatan keripik sendiri tidak begitu rumit. Produksi pengolahan keripik debog pisang dapat membantu dalam peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat setempat serta mampu menciptakan lapangan kerja baru.

UMKM Asman Jahe awalnya memproduksi keripik debog pisang hanya ada satu rasa, akan tetapi sekarang telah menambah beberapa varian rasa seperti balado, jagung manis dan pedas manis. Produk keripik debog pisang ini diberi nama "KEDEPIS". Hal tersebut dilakukan pemilik usaha agar dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen karena dari keunikan namanya bisa memberikan kesan utama bagi para konsumen serta meningkatkan minat untuk membeli. UMKM ini dirintis pada tahun 2022 oleh Ibu Suarti Suryaningsih. Pemilik usaha bertekad untuk meningkatkan kualitas produk, pengemasan serta pemasaran.

(Husein et al., 2022), menyatakan bahwa "Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan aktivitas perancangan dan pembuatan kemasan atau pembungkus sebuah produk". Pada umumnya, fungsi utama dari sebuah kemasan yakni untuk menjaga produk agar tetap aman. Namun pada masa kini, kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat dalam suatu proses pemasaran (Rangkuti, 2010:132). Didalam jurnal (Efendi, 2023). Kemasan adalah wadah atau tempat yang digunakan untuk mengemas suatu produk dan dilengkapi dengan label atau keterangan yang memberikan beberapa manfaat dari isi kemasan tersebut. Pada zaman sekarang perkembangan teknologi pengemasan sangatlah pesat, oleh karena itu desain grafisnya harus mampu menimbulkan daya tarik bagi pembeli dari segi bentuk, warna, ukuran yang cocok serta informasi-informasi yang ditampilkan pada kemasan dapat meyakinkan calon pembeli. Karena pengemasan produk dapat menguntungkan bagi produsen (Abadi et al., 2022; Bukhori Alam, 2007:159).

David Baum (2000), didalam jurnal (Pujianto, 2022) menyatakan bahwa *Electronic commerce* atau *e-commerce* adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli digital yang dalam praktiknya dilakukan secara online melalui media elektronik menggunakan jaringan internet. Dalam dunia bisnis, *e-commerce*, menawarkan banyak perubahan. Proses jual beli tidak lagi memerlukan pertemuan tatap muka seperti pada toko konvensional, karena cara tersebut pasti akan memakan banyak waktu dan juga tenaga. Dengan adanya *e-commerce*, penjual dan pembeli hanya perlu melakukan transaksi secara online dan pemasaran menjadi lebih efisien saat menggunakan toko online yang menunjukkan kemudahan dalam berbisnis, mengurangi biaya dan mempercepat proses transaksi.

(Efendi, 2023) Tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM untuk memperjuangkan usahanya yakni perkembangan teknologi serta persaingan usaha. Dalam sebuah pemasaran sangat dibutuhkan menentukan pilihan lokasi yang tepat dan strategis, karena lokasi atau tempat juga menentukan keberhasilan suatu bisnis. Tidak hanya itu, pemasaran berbasis *e-commerce* juga merupakan solusi dalam menghadapi persaingan usaha pada era sekarang. Pemanfaatan hasil teknologi (*e-commerce*) diharapkan dapat membantu untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan hasil produksi keripik debog pisang, seiring dengan meluasnya cakupan pemasaran. Pemasaran yang bagus yaitu pemasaran yang mengetahui bagaimana cara suatu bisnis dapat mempertahankan konsumennya dari waktu ke waktu.

(Mathematics, 2016) Salah satu hal yang bisa diperhatikan dan menjadi bagian penting dalam memasarkan produk yaitu pengemasannya. Karena kemasan adalah bagian pertama yang dilihat oleh konsumen serta dapat membangun loyalitas merek agar dapat mendorong penjualan yang telah dirancang dengan baik. Saat ini kemasan telah menjadi alat pemasaran yang begitu penting. Oleh karena itu, jika ingin menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai jual yang baik, maka harus mempunyai *value* atau keunikan tersendiri. Hal ini dikarenakan desain kemasan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

Hasil observasi menjelaskan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan oleh UMKM Keripik Debog Pisang "Asman Jahe" masih menggunakan cara tradisional dan sederhana. Pemasarannya pun masih melalui secara offline seperti di Warung-warung, Kantin Sekolah, Pondok Pesantren, Puskesmas, dan juga sampai ke Hotel. Yang menjadikan istimewa dari keripik debog pisang milik Ibu Suarti Suryaningsih ini adalah sudah diliput oleh pihak stasiun televisi swasta. Hal ini mengindikasikan bahwa keahlian manajemen pemasaran oleh Sumber Daya Manusia UMKM tersebut masih sangat terbatas. Pemilik usaha hanya berfokus pada bagaimana cara memproduksi dengan baik dan dapat melakukan penjualan secara maksimal tanpa harus ada perhatian khusus dalam pengemasan produk.

Tujuan dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pendampingan terkait manajemen pengemasan produk serta pemasaran berbasis *e-commerce* yang baik dan menarik. Melalui kegiatan tersebut, kami berharap dengan adanya pelatihan ini

para pelaku UMKM Asman Jahe dapat meningkatkan kualitas produk dan mampu meningkatkan penjualan usaha serta mendapatkan tambahan pengetahuan atau wawasan tentang cara pengemasan dan teknik pemasaran secara online (Ritonga et al., 2022).

2. METODE

Pengabdian masyarakat ini berbasis *PAR (Participatory Action Research)*, *ABCD (Asset-Based Community Development)*. Kegiatan pelatihan mengenai manajemen pengemasan yang baik dan menarik dilakukan agar produksi keripik debog pisang memiliki kualitas yang lebih unggul dan juga memiliki daya saing yang lebih tinggi dari produk lainnya. Kriteria pengemasan tentunya harus yang higienis, ekonomis, bersih dan rapih karena hal tersebut dapat menentukan nilai kelayakan jual di pasaran. Permasalahan yang harus diselesaikan dengan menerapkan manajemen pengemasan produk agar lebih menarik serta pemanfaatan dan perluasan pemasaran produk menggunakan media pemasaran berbasis *e-commerce*. (Abadi et al., 2022)

3. HASIL & PEMBAHASAN

Pembuatan keripik debog pisang berada di rumah produksi Ibu Suarti Suryaningsih selaku pemilik UMKM "Asman Jahe" yang beralamatkan di Desa Tlasih RT 05 RW 02, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo pada tanggal 1 Mei 2023. Dengan sasaran tiga orang karyawan yang terlibat pada proses produksi keripik debog pisang UMKM "Asman Jahe". Adapun sasaran pada penjualan keripik debog pisang ini adalah anak-anak, remaja, hingga orang dewasa.

Proses pembuatan keripik debog pisang dilakukan pada saat ada pesanan. Satu kali produksi keripik menghasilkan 75 bungkus keripik dengan berat masing-masing 50 gram. Debog pisang yang dapat digunakan sebagai keripik adalah pisang jenis kepok dan klutuk. Alat yang digunakan untuk pembuatan keripik debog pisang meliputi kompor, wadah plastik, telenan, wajan, panci, spatula, baskom, tissue towel dan sendok. Bahan yang dibutuhkan untuk pembuatan keripik debog pisang meliputi pelepah pisang, tepung beras, tepung tapioka, tepung terigu, tepung bumbu ayam krispi instan, kapur sirih, kaldu bubuk, baking soda, gula, garam, kemasan keripik, dan minyak goreng serta bumbu tabur rasa balado, jagung manis, dan pedas manis.

Persiapan dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan observasi mengenai kebutuhan Asman Jahe selaku UMKM pada pengabdian ini. Berdasarkan hasil observasi, UMKM Asman Jahe telah dapat melakukan produksi keripik debog pisang, namun masih menggunakan kemasan plastik standing pouch biasa.



Gambar 1. Pendampingan pembuatan *e-commerce* pada akun Shopee dan Instagram

Keripik debog pisang diolah dengan cara pelapah pisang diiris tipis seperti bentuk taro dengan ketebalan 2 mm, kemudian direndam dengan air kapur sirih selama 5 jam. Debog/pelepah yang sudah direndam dengan air kapur sirih direbus dengan air bersih selama 1 jam lalu ditiriskan dan dibiarkan hingga dingin. Tepung beras dan tepung kanji disatukan dalam wadah plastik kemudian diberi air dan bumbu yang sudah dihaluskan. Debog/pelepah yang sudah direbus dimasukkan ke dalam adonan tepung yang telah dibuat, setelah itu digoreng dengan minyak panas hingga mengembang dan renyah. Keripik yang sudah jadi ditiriskan menggunakan tissue towel. Keripik yang sudah tiris dari minyak dimasukkan ke dalam wadah plastik dan diberi bumbu tabur. Keripik debog pisang siap dikemas dengan plastik standing pouch kemasan 50 gram. Keripik dibuat dalam tiga rasa yaitu original, balado, dan jagung bakar.

Pemasaran Keripik Debog Pisang Melalui E-Commerce

Awalnya keripik debog pisang dijual atau dipasarkan secara offline seperti di warung-warung, kantin sekolah, pondok pesantren, puskesmas, dan juga sampai ke Hotel. Pada saat melakukan pengabdian pada *home industry* keripik debog pisang saya menawarkan untuk melakukan inovasi perubahan pengemasan atau memperluas penjualan lewat sosial media berikut foto pada saat saya melakukan pengabdian pada UMKM Asman Jahe yang memproduksi keripik debog pisang, saya melakukan pendampingan pada tanggal 30 April 2023 di pagi hari saya memberikan informasi tentang bagaimana memperluas penjualan keripik gedebog pisang melalui *e-commerce*.

Penjualan keripik debog pisang terus berjalan dengan cara menggunakan pengemasan yang baru melalui *e-commerce* yakni pada Shopee dan Instagram. Pada tanggal 1 juni 2023 saya melihat kembali terkait perkembangan penjualan keripik debog pisang setelah melakukan perubahan pengemasan serta memperluas penjualan melalui *e-commerce*, ternyata penjualan meningkat dikarenakan pengemasan yang lebih menarik serta penjualan di shopee dapat membantu lebih banyak orang mengetahui keripik debog pisang tersebut. Sebelum adanya kemasan produk baru dan pemasaran yang berbasis *e-commerce*, Penjualan sekali produksi dapat menghasilkan kurang dari 100 pcs namun setelah menggunakan *e-commerce* serta perubahan pengemasan dapat menjualkan lebih dari 200 pcs satu kali produksi. (Gambar 3).



Gambar 2. Hasil pendampingan dan pelatihan pengembangan kemasan

4. KESIMPULAN

Inovasi dalam hal pengemasan dan pemasaran produk membawa dampak yang sangat penting dalam upaya pengembangan UMKM Asman Jahe, khususnya Keripik Debog Pisang. Kegiatan pengabdian ini telah meningkatkan ilmu dan keterampilan pada UMKM Asman Jahe dalam hal pengembangan desain kemasan produk keripik debog pisang yaitu kemasan standing pouch yang aesthetic, menarik dan berkualitas. Pengembangan kemasan yang memuat informasi mengenai nama produk, logo, komposisi, berat bersih produk, tanggal produksi dan kadaluarsa, produsen serta pengembangan strategi pemasaran *e-commerce* dilakukan melalui akun instagram dan shopee UMKM Asman Jahe

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada yang memberi hibah pengabdian masyarakat (jika kegiatan pengabdian masyarakat berasal dari dana hibah) atau Instansi, kelompok dan perorangan yang telah membantu terlaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, S., Sulandjari, K., Nasution, N. S., Keguruan, F., Universitas, P., & Karawang, S. (2022). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(11), 3123–3132.
- Efendi, S. D. R. (2023). Pengembangan Umkm Keripik Pisang Dan Peyek Desa Kutawargi Melalui Inovasi Dan Digitalisasi. *Abdima Jurnal Pengabdian ...*, 2(1), 2887–2897. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/4011>
- Februari, E., Tanjung, S. R., Rambe, R. R., Harahap, M. F., Biologi, P. P., Ekonomi, P. P., Pendidikan, F., Pengetahuan, I., Selatan, T., & Kimia, P. P. (2023). *Sosialisasi pembuatan keripik*. 2(1), 144–149.

Dhea Amellia et al | *Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Keripik Debog Pisang Online*

- Fauzi, M. F., & Zurohman, A. (2023). Pengoptimalan Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Platform Online Shop pada Komunitas Kreatif Ibu-ibu di Kecamatan Wonotunggal. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 475–479. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.599>
- Febriyanti, C. N., Puspita, D., Badruzzaman, M. R., Fatar, . M. F. A., & Ruba', M. G. (2023). Pembuatan Website Katalog Produk Kuliner Sebagai Media Promosi dan Pemasaran UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 582–588. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.784>
- Husein, A. Al, Gematul, Hifziah, H., & Saputra, L. (2022). Pengabdian Kukerta Unri Desa Pongkai : Menguak Sisi Lain Gedebok Pisang Menjadi Olahan Makanan Ringan Sebagai Produk UMKM Muhd. *Maspul Journal of Community Empowerment*, 04(02), 250–255. <https://ummaspul.e-journal.id/pengabdian/article/view/4270>
- Ii, B. A. B. (2002). *JURNAL OBSERVASI SUGIYANTO*. *lim*(2009), 1–25.
- Latifah, Eny, Masyhuri Masyhuri, Reza Widhar Pahlevi, Sri Mulyani, Nuramalia Hasanah, Fidiana Fidiana, Arif Zunaidi, et al. *Manajemen Keuangan Syariah Sebuah Konsep Dan Teori*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022.
- Mathematics, A. (2016). *pengembangan umkm keripik pisang*. 1–23.
- Mutafarida, B., Anam, C., PRINSIP EKONOMI SYARIAH, IMPLEMENTASI, HAMBATAN DAN SOLUSINYA DALAM REALITAS POLITIK INDONESIA TERKINI. *Journal of Economic and Policy Studies* Vol 1 (1) <https://doi.org/10.21274/jeps.v1i1.3349>
- Pujianto, W. E. (2022). Pengantar Manajemen Era Digital. In W. E. Pujianto (Ed.), *Pustaka Aksara*. Pustaka Aksara.
- Ritonga, Z., Broto, B. E., Safri, H., & Hanum, F. (2022). Manfaat Pelepah Pisang sebagai makanan Ringan (Kripik Krispy Pelepah Pisang). *IKA BINA EN PABOLO: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 16–21.
- Samsuri, Ali (2015) MEMBINCANG KONSEP TAWARRUQ ALAM DUNIA PERBANKAN DEWASA INI. *Unioersum*, 9 (1). pp. 29-36.
- Setyaningrat, Dwi, Imam Annas Mushlihin, and Arif Zunaidi. "Strategi Digitalisasi Untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2, no. 1 (2023): 53–76. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>.
- Suriyati, S., Putri, F. T. A., & Irmayanti, I. (2023). Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada Home Industry Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 56–61. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.364>
- Zunaidi, A. "Living Hadith: Marketing Practices With The Principles Of Buying And Selling Cash Systems, Cash Tempo, And Credit." *UNIVERSUM: Jurnal Kelslaman*, 2022. <https://jurnalfuda.iainkediri.ac.id/index.php/universum/article/view/11>.
- Zunaidi, A. "Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah Ib Ditinjau Dari Marketing Mix 4P (Studi Kasus Pada Bprs Kota Mojokerto Cabang Jombang)." *Muamalatuna* 13, no. 2 (2021): 23–43.
- Zunaidi, A. "The Contribution of Abu-Hamid Al-Ghazali to Shaping Businesspeople's Personalities." *Tsaqafah* 18, no. 1 (2022): 83. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v18i1.7610>.
- Zunaidi, Arif, and Facrial Lailatul Maghfiroh. "The Role Of Women In Improving The Family Economy." *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 8, no. 1 (2021): 61–79. <https://doi.org/10.21107/dinar.v8i1.10581>.
- Zunaidi, Arif, Rully Novie Wurarah, Universitas Pelita, Harapan Tangerang, and Universitas Papua. "THE IMPACT OF THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM ON THE CULTURAL , ECONOMIC , AND SOCIAL." *Dinar : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 9, no. 2 (2022): 1–18.
- Zakaria, M., Nurum, S. I. B., Pertiwi, R. A., Khusniah, A. F., Alvin, C. K., Muna, A. I., Marbiyanti, R., & Janah, S. (2023). Pendampingan Perbaikan Packaging sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM "Mak Plengeh" di Desa Blabak, Pesantren, Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 25–31. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.380>