

**PENGEMBANGAN UMKM KERIPIK TALAS DI DESA PUCANG AGUNG UNTUK
MENGHADAPI ERA INDUSTRI 4.0****DEVELOPMENT MSMEs OF KERIPIK TALAS IN PUCANG AGUNG VILLAGE TO FACE
THE INDUSTRIAL ERA 4.0**

Murhadi¹
Ade Kurniawan²
Sandi Saputra³
Fera Wahyu Fitriastuti⁴
Ivana Murdiyani⁵
Afifa Mauza⁶
Neny Kennesthy Anggraeni^{7*}
Sekar Nutty Wijayanti⁸
Neni Tri Novanti⁹
Triwin Sthil¹⁰
Naufal Rifqi Faiq¹¹

Universitas Muhammadiyah
Purworejo, Purworejo, Jawa Tengah

*email: nenykennesthy4@gmail.com

Abstrak

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat pada kegiatan ini dilakukan di Desa Pucangagung, Kecamatan Bayan dan bekerja sama dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang produksi makanan keripik talas. Usaha ini belum lama berdiri sehingga dalam kegiatan operasional dan pemasarannya masih dilakukan dengan cara tradisional serta pengelolaan yang kurang profesional, hal ini menyebabkan usaha kurang berkembang. Untuk menunjang kegiatan operasional dan pemasaran yang lebih baik dan memberikan pemahaman serta keterampilan penggunaan digital marketing diperlukan adanya pelatihan. Salah satu bentuk pelatihannya yaitu dengan memberikan bantuan dalam pembuatan akun bisnis media digital di Instagram, beserta cara mengelola akun tersebut secara optimal dan pemberian peralatan yang lebih modern. Selain itu juga memberikan bantuan dalam pembuatan logo dan label kemasan. Luaran yang dihasilkan dalam kegiatan ini yaitu akun Instagram, logo dan label kemasan untuk meningkatkan penjualan, laporan kegiatan, serta artikel ilmiah. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan berupa ceramah dilanjutkan dengan diskusi dan praktik pembuatan keripik secara langsung. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini, disarankan untuk dapat ditindaklanjuti sehingga dapat secara efektif dan efisien dalam menunjang proses operasional dan pemasaran yang bisa menjangkau konsumen secara lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Kata Kunci:

UMKM
Digital Marketing
Inovasi

Keywords:

MSMEs
Digital Marketing
Innovation

Abstract

The implementation of Community Service in this activity was carried out in Pucangagung Village, Bayan District and in collaboration with Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) which are engaged in the production of keripik talas. This business has not been established for a long time so that its operational and marketing activities are still carried out in the traditional way and the management is less professional, this causes the business to develop less. To support better operational and marketing activities and to provide understanding and skills in using digital marketing, training is required. One form of training is to provide assistance in creating digital media business accounts on Instagram, along with how to optimally manage these accounts and provide more modern tools. In addition, it also provide assistance in making logos and packaging labels. The outputs produced in this activity are Instagram accounts, logo packaging and labels to increase sales. The method used is to provide training and mentoring in the form of lectures which end with discussions and direct practice of making chips. It is recommended that the result obtained from this activity be followed up so that they can effectively and efficiently support operational and marketing processes that can reach consumers more broadly and increase sales.



© year The Authors. Published by **Penerbit Forind**. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). Link: <https://jurnal.forindpress.com/index.php/jamas>

Submitte: 27-02-2023

Accepted: 28-02-2023

Published: 28-02-2023

PENDAHULUAN

UMKM merupakan perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan

tertentu. Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang cukup strategis. Secara umum, UMKM mampu menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat dan juga dapat membantu meningkatkan ekonomi di kawasan

pedesaan maupun perkotaan. Melihat perkembangan zaman yang semakin maju seperti sekarang ini, suatu usaha atau UMKM harus bisa menyesuaikan zaman agar usaha tetap bertahan dan terus berkembang serta bisa bersaing dengan kompetitor. Suatu UMKM memiliki tantangan yang cukup sulit untuk beradaptasi agar dapat bertahan di era revolusi industri. Revolusi industri mempersyaratkan pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produknya.

Revolusi industri 4.0 telah membawa pengaruh yang sangat besar bagi sektor industri dimana teknologi dimanfaatkan sepenuhnya tidak hanya dalam pemasaran namun juga dalam proses produksi agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Selain itu agar suatu UMKM dapat berkembang lebih maju lagi, maka juga diperlukan pengembangan maupun inovasi produk untuk mendukung usaha agar dapat menghadapi era industri 4.0 saat ini. Inovasi produk tersebut dapat diwujudkan dengan menerapkan ekonomi kreatif yang merupakan bentuk pengembangan dari konsep ekonomi dengan penambahan kreativitas seperti inovasi dan juga penggunaan teknologi yang diterapkan di era digitalisasi saat ini agar dapat mengikuti perkembangan zaman sehingga usaha yang menerapkan ekonomi kreatif dapat bersaing dengan pesaing, usaha dapat bertahan lebih lama, dan juga untuk menarik perhatian konsumen.

Adanya revolusi industri 4.0 memberikan kesempatan baru bagi ekonomi, sosial, maupun pengembangan pribadi karena menurut para ahli berpendapat bahwa revolusi industri keempat akan dapat menaikkan rata-rata pendapatan per kapita di dunia, memperbaiki kualitas hidup masyarakat, serta memperpanjang usia hidup manusia. Namun kesempatan tersebut tidak akan dapat dimanfaatkan dengan baik jika para pelaku tidak disiapkan dengan baik. UMKM sebagai salah satu bagian yang terdampak dari adanya revolusi industri ini perlu disiapkan dengan baik agar produk yang dihasilkannya dapat bersaing di pasaran.

Di Desa Pucang Agung Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo terdapat salah satu UMKM yang sangat berpotensi jika dapat dikembangkan lebih baik lagi. Usaha tersebut yaitu UMKM Keripik Talas yang dimiliki oleh Ibu Malika. Usaha ini masih dikerjakan secara individu dan sudah memiliki nama atau merek yaitu Keripik Talas Risma. Dengan modal yang kecil dan proses pembuatan yang terbilang mudah usaha ini dapat menjadi peluang usaha yang cukup menjanjikan jika dikerjakan dengan serius. Bahan utama dari makanan keripik talas ini terbuat dari ubi talas yang didapat dari kebun di sekitar lingkungan desa Pucangagung. Namun, usaha keripik talas ini masih memiliki beberapa masalah dalam pengembangan produk serta pemasarannya. Dalam pengemasan, pelabelan serta pemasarannya produk keripik talas ini masih sangat sederhana sehingga kurang menarik perhatian konsumen. Seperti UMKM Keripik Talas ini yang masih dengan kesederhanaannya dalam menjalankan usaha serta belum menyesuaikan perkembangan zaman saat ini yang dimana sudah masuk di era industri 4.0 terutama dalam memanfaatkan teknologi dalam pemasarannya. Hal tersebut jika terus dibiarkan begitu saja maka dapat menyebabkan usaha keripik talas ini tertinggal dan kurang mendapat perhatian dari masyarakat. selain teknologi yang harus diterapkan UMKM dalam era industri 4.0 saat ini. Selain itu usaha ini juga belum menerapkan teknologi dalam pemasarannya atau belum menerapkan digital marketing.

Digital marketing menurut *American Marketing Association (AMA)* adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen serta pihak yang berkepentingan lainnya (Kannan & Hongshuang, 2017). Digital marketing saat ini sangat bermanfaat bagi suatu usaha karena dengan menerapkan hal tersebut dapat menjangkau konsumen lebih luas seperti dengan memasarkan produk melalui media social yang dimana

saat ini sudah banyak digunakan oleh masyarakat di semua kalangan. Digital marketing juga mempermudah pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, dan di sisi lain calon konsumen bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Dedi, Rahmi, & Shandy, 2018). Digital marketing memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional (*offline marketing*), diantaranya dalam hal measurement atau tolak ukur keberhasilan dari sebuah strategi (Nursatyo & Dini, 2018).

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, maka Mahasiswa KKNT Universitas Muhammadiyah Purworejo bermaksud membantu pelaku UMKM Keripik Talas Risma dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 dengan memberikan solusi dan menyelesaikan masalah yang terjadi dalam UMKM tersebut agar kedepannya UMKM dapat berkembang lebih baik lagi seperti menerapkan digital marketing dan melakukan inovasi maupun pengembangan produk. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan agar pelaku UMKM dapat meningkatkan ketrampilan digital bagi UMKM, meningkatkan jumlah penjualan produk, serta tercapainya efektifitas dan efisiensi produksi UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Pucangagung ini terdiri dari beberapa tahapan antara lain yaitu :

- a. Survey lokasi, sasaran dan kegiatan pengembangan produk
Survey lokasi adalah tahap awal untuk mengetahui seberapa paham warga sekitar tentang penerapan ekonomi kreatif dalam UMKM Keripik Talas Risma agar dapat menghadapi era industri 4.0. Program pengabdian masyarakat dilakukan dengan kegiatan pengembangan produk di Desa

Pucangagung, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo pada Minggu, 8 Januari 2023.

- b. Persiapan kegiatan pengembangan produk
Persiapan kegiatan pengembangan produk dilakukan oleh mahasiswa Jumat, 13 Januari 2023 dengan menyiapkan berbagai kebutuhan yang akan digunakan dalam mengembangkan produk keripik talas risma.
- c. Pelaksanaan kegiatan
Kegiatan diawali dengan datang langsung ke rumah produksi untuk membantu proses pembuatan keripik talas yang dilakukan oleh mahasiswa pada Selasa, 17 Januari 2023. Dilanjutkan dengan melakukan inovasi kemasan produk dan mengemas produk dengan menggunakan kemasan pouch standing atau kemasan terbaru pada Kamis, 19 Januari 2023. Sedangkan pada Selasa, 24 Januari 2023 melakukan desain label kemasan dan mencetak label, take foto produk untuk label kemasan. Setelah itu dilanjutkan dengan kegiatan penerapan digital marketing pada UMKM Keripik Talas Risma dengan membuat akun instagram yang dilakukan pada Jumat, 27 Januari 2023. Kegiatan selanjutnya yaitu pemberian alat-alat yang dapat membantu proses produksi keripik talas yaitu sealer, timbangan, dan parutan kepada pemilik usaha yang dilakukan pada Sabtu, 28 Januari 2023. Kegiatan ini diakhiri dengan pemberian label produk kemasan yang sudah di desain ke pemilik usaha yaitu ibu malika sekaligus mendokumentasikan produk yang sudah dikembangkan untuk diupload ke social media instagram yang sudah dibuat pada Senin, 30 Januari 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema ekonomi kreatif ini dilakukan oleh mahasiswa KKN-T Universitas Muhammadiyah Purworejo di Desa Pucang Agung Kecamatan Bayan Kabupaten Purworejo.

UMKM yang dikembangkan adalah UMKM Keripik Talas Risma yang dimiliki oleh ibu Malika. Usaha ini merupakan usaha yang masih terbilang baru dan juga masih dikerjakan secara individu. Terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh usaha keripik talas ini dalam mengemabngkan produk yang dimiliki ditengah perubahan zaman diaman saat ini sektor industri sudah masuk di era industri 4.0. Dari masalah tersebut, maka mahasiswa KKN-T Universitas Muhammadiyah Purworejo hadir untuk membantu menyelesaikan masalah tersebut dengan semaksimal mungkin sehingga kedepannya dapat bermanfaat bagi UMKM Keripik Talas Risma agar usaha yang dijalankan dapat bertahan di era industri 4.0 saat ini. Masalah yang dihadapi oleh umkm keripik talas risma yaitu kurangnya inovasi produk dalam segi kemasan atau packaging, belum menerapkan digital marketing, dan kurangnya penggunaan teknologi dalam melakukan proses produksi.

Kegiatan pengembangan umkm ini diwali dengan melakukan survey ke tempat produksi umkm keripik talas untuk melihat kondisi usaha yang sedang dijanakan untuk mengetahui hal-hal yang harus dikembngakan dan masalah yang dihadapi dalam usaha tersebut serta Mahasiswa KKN-Tmeninta izin untuk melakukan program kerja pengembnagan umkm kepada pemilik usaha. Pengembangan yang dilakukan oleh mahasiswa kknt yaitu kami melakukan inovasi produk dalam segi kemasan atau packaging dengan menambah kemasan yang memiliki nilai ekonomis lebih tinggi. Kemasan yang kami usulkan kepada pemilik usaha yaitu kemasan dalam bentuk pouch standing, kemasan ini kami pilih karena jika produk keripik talas dikemas dengan kemasan tersebut maka produk akan terlihat lebih menarik sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli. Selain itu kemasan pouch standing juga memiliki beberapa keuntungan yaitu memperpanjang usia atau masa ketahanan produk agar lebih awet, dengan bantuan zipperatau klip yang memungkinkan konsumen untuk menutup kembali kemasan dengan

rapat sehingga kemasan tersebut sangat cocok untuk kemasan keripik talas. Meskipun nantinya harga produk akan lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan kemasan plastic biasa namun dengan keuntungan yang didapat maka akan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Selain itu desain label produk UMKM Keripik Talas Risma juga masih sederhana, oleh karena itu kami membantu mendesain label yang lebih menarik dari sebelumnya. Kami medesain label kemasan dengan lengkap yang dimana di dalam label tersebut terdapat foto produk asli (*real pict*) yang foto produk tersebut kami ambil dengan foto terbaik dan dalam label juga terdapat informasi mengenai produk. Penggunaan label dalam suatu produk sangatlah penting karena dengan adanya label maka produk akan lebih mudah dikenali oleh konsumen dan juga akan mengidentifikasi brand atau produk.

Pemsaran produk UMKM Keripik Talas masih memiliki kendala karena belum menerapkan digital marketing. Strategi berbasis digital marketing perlu diterapkan pada era digitalisasi agar dapat mencapai tujuan dengan cara yang lebih cepat dan tepat (Ascharisa, 2018). UKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *e-commerce*nya akan berpeluang menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing (Aditya, 2015). Akan tetapi, penggunaan digital marketing tidak banyak disadari oleh pelaku UKM terutama UMKM keripik talas risma. Dengan hal tersebut maka mahasiswa kknt univ umpwr membantu pelaku usaha agar menerapkan digital marketing di social media dalam usahanya dengan membuat akun instagram (@kripiktalas_risma) beserta membantu mengelola akun tersebut secara optimal.

Akun sosial media yang sudah dibuatkan diharapkan bisa membuat produk umkm keripik talas risma lebih dikenal luas oleh masyarakat, karena dengan social media produk dapat menjangkau konsumen lebih luas tidak hanya di daerah local saja. Saat ini di Indonesia

social media sudah banyak digunakan oleh sebagian besar masyarakat sehingga dengan adanya penerapan social media marketing bagi UMKM Keripik Talas ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan maupun keuntungan.

Dalam proses produksi usaha keripik talas ini masih menggunakan alat yang sederhana sehingga dalam proses produksi sering terjadi kendala. Oleh karena itu, Mahasiswa KKN-T membantu pelaku usaha dengan memfasilitasi alat-alat produksi modern yang dapat mendukung dalam pembuatan produk dan memudahkan dalam proses produksi seperti sealer makanan untuk kemasan dan timbangan. Alat-alat tersebut diharapkan dalam jangka panjang dapat bermanfaat bagi usaha umkm keripik talas risma. Kegiatan pengembangan umkm serta upaya-upaya yang dilakukan oleh mahasiswa kknt dalam membantu mengatasi masalah yang ada pada usaha diharapkan dapat sangat bermanfaat bagi pelaku usaha agar dapat menghadapi era industri 4.0 saat ini serta dapat secara efektif dan efisien meningkatkan penjualan dan mendukung proses pemasaran produk lebih baik lagi. Selain itu dengan adanya pengembangan umkm sudah dilakukan mempunyai maksud agar kedepannya dapat meningkatkan ekonomi masyarakat desa pucangagung serta dapat membuka lapangan kerja baru.

RENCANA TINDAK LANJUT

Tindak lanjut dari kegiatan program kerja pengembangan umkm ini yaitu UMKM Keripik Talas Risma dapat mengimplementasikan materi yang sudah diberikan melalui pelatihan secara langsung untuk pengembangan usaha baik dalam digitalisasi pemasaran produk maupun inovasi produk untkuk dapat menghadapi era industri 4.0 serta meningkatkan penjualan. Produk UMKM yang sudah dikembangkan dapat dipasarkan tidak hanya di daerah local namun juga bisa dipasarkan di luar daerah seluruh Indonesia. Umkm keripik talas risam juga dapat menjalin akses atau kerja sama dengan Unit Incubator Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purworejo untuk mendapatkan pendampingan dan akselerasi bisnis serta pengembangan usaha lebih lanjut.

KESIMPULAN

Setelah dilaksanakan KKN-T di Desa Pucangagung, Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo, maka penyusun dapat menyimpulkan bahwa di desa Pucangagung terdapat UMKM yang dikelola oleh kumpulan masyarakat dan juga dikelola secara individu, UMKM tersebut berupa keripik talas, dengan bahan baku talas yang dihasilkan oleh penduduk desa Pucangagung, keripik talas sendiri sudah memiliki nama produk dengan nama "Keripik Talas Risma". Pengembangan yang kami lakukan pada UMKM keripik talas risma berupa inovasi kemasan yang lebih menarik serta dapat menjaga ketahanan produk agar lebih tahan lama, selain itu kami juga melakukan pengembangan desain label dengan menambahkan foto asli atau real dari keripik talas risma dan juga label informasi mengenai keripik talas risma. Pada UMKM tersebut kami juga mengembangkan alat yang digunakan untuk memproduksi keripik talas dengan memfasilitasi sealer makanan dan juga timbangan makanan agar produksi keripik talas lebih lancar. Keripik talas risma ini hanya terjual di desa Pucangagung, agar produk lebih meluas kami melakukan digital marketing yang sebelumnya belum dilakukan oleh pengolah. Untuk memperkenalkan produk tersebut maka kami membuatkan platform digital berupa instgram dengan username "@kripiktalas_risma" dengan harapan agar keripik talas risma dapat berkembang dan lebih dikenal dikhalayak umum.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku Kelompok Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Pucangagung beserta jajaran perangkat desa, warga desa pucangagung, UMKM Keripik Talas Risma,

Dosen Pembimbing Lapangan, Almamater kami Universitas Muhammadiyah Purworejo, dan pihak-pihak yang telah membantu berjalannya kegiatan pengabdian masyarakat yang kami lakukan.

REFERENSI

- Aditya, M. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*. (April 2015), 327–337.
- Ascharisa, M. A. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurnal Riset Komunikasi*. 1, 147–157.
- Dedi, P.S., Rahmi., & Shandy, A. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Vol 1(2), 61–76.
- Faidati, Khozin. 2020. Pengembangan Ukm Di Era Revolusi Industri 4.0. *University Research Colloquium (URECOL)*. Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta.
- Irfani, Yeni, Wahyuni. 2020. Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *Journal Of Character Education Society*. 3 (3), 651-659.
- Kannan, P. K., & Hongshuang, A. L. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, Vol 34 (1), 22–45.
- Nirmalasari, Muftiadi, dan Rivani. 2021. Implementasi Program Digital Marketing Pada Pelaku Umkm Di Masa Pandemic Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 4(2), 353-358.
- Nursatyo & Dini, R. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembandingan Harga Telunjuk.Com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(2), 46.
- Rahmi, Latifah, Rakhim, Syamsuri, Ali, Hasanuddin, Chadijah, Burhanuddin, Bancong. 2021. Pengembangan Umkm Dan Industri Kreatif Melalui Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah Aisyah (KKN-MAS) Di Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*. 5(2).
- Zukrina, Suryani, Ismaulina. 2020. Strategi Pengembangan Umkm Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Vol 16, No 2.