

**PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL DAN DESAIN LABEL KEMASAN PRODUK
BAGI UMKM KERIPIK PISANG "BANANA CHIPS" DI DESA DAWUHAN,
KABUPATEN BANYUMAS**

**DIGITAL MARKETING TRAINING AND PRODUCT PACKAGING LABEL DESIGN FOR
UMKM BANANA CHIPS "BANANA CHIPS" IN DAWUHAN VILLAGE,
BANYUMAS REGENCY**

Ade Yuliana¹, Hendro Sukoco^{2*}, Herdian Farisi³

^{1*2,3} Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

^{2*} hendro.sukoco@unupurwokerto.ac.id

Article History:

Received: October 28th, 2023

Revised: December 4th, 2023

Published: December 8th, 2023

Abstract: *Dawuhan Village, Banyumas Regency, Central Java Province has potential in the form of plantains. One of the MSMEs that has processed plantains is the "Banana Chips" MSME. But unfortunately, the marketing used to market products is still traditional marketing, not digital. MSME "Banana Chips" also does not have attractive marketing content. Based on this background, this activity aims to provide training on digital marketing, especially Instagram, and creating marketing content using Canva media. The methods used include preparation, implementation including socialization and training, as well as evaluation of activities. As a result of service activities, the MSME "Banana Chips" was trained and had direct practice in creating Instagram accounts and marketing content with Canva. The existence of service activities is able to increase the knowledge and skills of "Banana Chips" MSMEs regarding digital marketing and digital marketing content.*

Keywords: *Digital Marketing; Content; Canva*

Abstrak

Desa Dawuhan, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi berupa pisang raja. Salah satu UMKM yang telah melakukan pengolahan terhadap pisang raja adalah UMKM "Banana Chips". Namun sayangnya, pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk masih berupa pemasaran tradisional, belum secara digital. UMKM "Banana Chips" juga belum memiliki konten pemasaran yang menarik. Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan tentang pemasaran digital khususnya Instagram, dan pembuatan konten pemasaran dengan media canva. Metode yang digunakan meliputi persiapan, pelaksanaan mencakup sosialisasi dan pelatihan, serta evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan pengabdian, UMKM "Banana Chips" dilatih dan praktik langsung membuat akun Instagram dan konten pemasaran dengan canva. Adanya kegiatan pengabdian mampu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan UMKM "Banana Chips" atas pemasaran digital dan konten pemasaran digital.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Konten, Canva.

PENDAHULUAN

Desa Dawuhan berada di Kecamatan Kedungbanteng, Kabupaten Banyumas merupakan salah satu wilayah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Banyumas terletak di antara Lintang -7.460478 (atau 7° 27' 37" LS) dan Bujur 109.319679 (atau 109° 19' 11" BT). Luas wilayahnya sekitar 254 Ha dengan jumlah penduduk 4575 jiwa. Keadaan wilayah terdiri atas daratan darat dan pegunungan dengan struktur pegunungan. Berbagai pemanfaatan lahan diselenggarakan oleh masyarakat seperti untuk permukiman, pekarangan, pertanian lahan kering dan lahan basah, perkebunan dan hutan tropis, dan juga dimanfaatkan untuk industri. Terdapat berbagai jenis pisang di desa Dawuhan Kecamatan Kedungbanteng diantaranya pisang raja.

Pisang raja (*Musa paradisiaca* L.) merupakan salah satu kultivar pisang yang sering dikonsumsi di Indonesia. Selain dikonsumsi sebagai buah segar, pisang raja banyak digunakan sebagai bahan utama berbagai makanan olahan pisang seperti, keripik pisang, pisang goreng, sale pisang dan lain-lain (Utami, dkk., 2016). Pisang raja memiliki aroma yang kuat serta rasa yang manis (Martiningsih, 2007). Ciri lainnya dari pisang raja adalah apabila belum masak atau matang, pisang ini berwarna hijau dan kemudian berubah warna menjadi kuning keemasan. Pisang ini dapat dikonsumsi langsung tanpa terlebih dahulu digoreng ataupun direbus maupun dikukus. Namun untuk pengolahan ini biasanya digunakan pisang yang belum matang atau yang masih berwarna hijau. Pisang Raja banyak dipilih karena keunggulan tahan panas yang membuatnya cocok untuk pengolahan panas seperti pemanggangan atau penggorengan. Pisang ini tidak mudah hancur atau mengempis saat dipanaskan, sehingga tetap mempertahankan tekstur dan rasa yang baik. Pisang raja juga memiliki nilai ekonomis tinggi, selain dikonsumsi pisang raja banyak digunakan untuk keperluan persyaratan upacara adat seperti pernikahan atau selamatan. Keripik pisang adalah salah satu dari sekian banyak olahan makanan berbahan dasar pisang yang populer.

Salah satu produsen pengolahan pisang di kecamatan Kedungbanteng adalah UMKM Banana Chips yang terletak di desa Dawuhan Kabupaten Banyumas. Tidak seperti keripik pisang kebanyakan bu Siti Hanifah sebagai pemilik memproduksi keripik pisang dengan berbagai varian rasa, meliputi rasa pedas asin, pedas manis, karamel, bawang dan original. Bahan baku pisang yang digunakan adalah jenis pisang raja dengan kematangan 80% tidak terlalu tua dan juga tidak terlalu muda apabila terlalu tua akan terasa lembek dan sebaliknya apabila terlalu muda akan terasa pahit. Buah pisang raja cocok diolah menjadi keripik yang memiliki ciri kulit buah berwarna hijau dengan rasa buahnya asam manis. Berat pertandan antara 11-14 kg terdiri dari 6-8 sisir, dan tiap sisir terdiri dari 14-24 buah. Selain rasa yang beraneka ragam keunikan dari keripik ini adalah bentuk irisan yang dipotong bergelombang sehingga menjadikan penampilan keripik pisang ini menarik dan kokoh tidak mudah hancur. Satu bungkus Banana chips isi 200gr dibanderol harga sekitar 20.000an disesuaikan dengan varian rasa yang diminta. Keistimewaan lain dari banana chips adalah bumbu yang digunakan dalam membaluri keripik diproduksi sendiri menggunakan bahan-bahan alami dan aman dikonsumsi. Masa kadaluwarsa produk dalam kemasan ialah selama 6 bulan.

Meski sudah berdiri cukup lama dari tahun 2017, UMKM ini masih tergolong belum begitu berkembang. Dilihat dari target pasar yang dituju, konsumen Banana Chips masih tergolong sempit yakni masyarakat sekitar desa Dawuhan dan kerabat. Untuk proses produksi juga dilakukan sewaktu ada pesanan saja. Berdasarkan hasil analisis survey yang telah dilakukan pemasaran yang dilakukan masih konvensional atau mulut ke mulut sehingga pertumbuhan penjualanpun tidak

begitu tinggi. Dari segi kemasan perlu dibenahi karena kemasan hanya menggunakan satu ukuran yang sama alangkah baiknya disesuaikan dengan isi berat masing-masing produk. Disamping itu label kemasan yang terlalu kecil membuat merek tidak terlihat jelas dan warna yang digunakan juga terlalu gelap sehingga untuk segi desain kemasan kurang menarik.

Berdasarkan analisis situasi dapat disimpulkan bahwa diperlukan satu bentuk kegiatan sebagai Pendampingan pelatihan strategi marketing berbasis digital terhadap UMKM Keripik pisang ini dipaparkan secara operasional sebagai berikut:

1. Minimnya pemahaman tentang Digital Marketing dalam mempromosikan produknya.
2. Transaksi pembelian produk masih menggunakan cara yang manual.
3. Kurangnya keterampilan dalam menyusun label kemasan pada UMKM untuk menarik calon pembeli.

Tujuan yang ingin dicapai dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah:

1. Untuk memberikan pemahaman tentang digital marketing kepada pelaku UMKM dalam memahami pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk UMKM.
2. Untuk membuat toko online di salah sosial media beserta pengelolaannya
3. Untuk meningkatkan keterampilan mendesain label kemasan menggunakan platform digital sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM.

Manfaat kegiatan pengabdian kepada UMKM Keripik pisang ini adalah :

1. Memberikan kontribusi terkait pemahaman pelaku UMKM tentang digital marketing dan pemahaman akan pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk UMKM.
2. Memberikan kontribusi dalam pembuatan toko online di salah satu sosial media beserta pengelolaannya
3. Menghasilkan pelaku UMKM yang memiliki keterampilan dalam mendesain label kemasan sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM

METODE

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang diatas. Tahapan proses kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui dua tahap yakni:

1. Melakukan observasi awal terhadap pelaku UMKM Keripik Pisang “Banana Chips” untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi.
2. Melakukan sosialisasi dan pelatihan terhadap stakeholder/pelaku UMKM Keripik Pisang “Banana Chips” desa Dawuhan sesuai dengan hasil dari kegiatan observasi awal yaitu tentang pemasaran digital dan konten pemasaran digital.

A. Persiapan Kegiatan

Sebelum kegiatan dilaksanakan telah dilakukan persiapan-persiapan sebagai berikut:

1. Menentukan waktu pelaksanaan dan jadwal kegiatan PKM
2. Meminta surat izin tugas terkait PKM ini kepada pihak LP2M
3. Mempersiapkan media, peralatan dan konsumsi
4. Menentukan dan mempersiapkan materi pelatihan

B. Pelaksanaan Kegiatan

Tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat ini di Kediaman ibu Siti Hanifa sebagai pemilik UMKM Keripik Pisang “Banana Chips” Desa Dawuhan Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas. Kegiatan PKM ini dimulai pada bulan Oktober 2023, dengan diawali koordinasi terlebih dahulu kepada pihak universitas mengenai permohonan surat tugas dan peminjaman alat untuk menunjang sosialisasi. Adapun waktu persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan dan pelaporan antara bulan Juli 2023 s/d Desember 2023. Total peserta pelatihan dari UMKM “Banana Chips” yaitu sebanyak 5 orang. Sedangkan tim PKM berjumlah 3 dosen beserta 2 mahasiswa Manajemen. Kegiatan ini dilaksanakan kurang lebih selama 3 jam dengan dimulai dari pengenalan, pemberian materi, pelatihan membuat konten pemasaran dan desain label.

HASIL

A. Persiapan Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat

Kegiatan persiapan meliputi koordinasi dengan pihak-pihak terkait, persiapan bahan, persiapan waktu pelaksanaan dan tenaga ahli/ narasumber untuk pelatihan. Kegiatan persiapan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Koordinasi Tim pengabdian Program Kemitraan Masyarakat
Koordinasi dilakukan untuk membicarakan mengenai persiapan kegiatan yang akan dilakukan dan pembagian tugas untuk masing-masing anggota. Koordinasi ini dihadiri oleh seluruh anggota Tim pengabdian IPTEKS.
2. Koordinasi Tim pengabdian IPTEKS dengan UMKM Banana Chips
Koordinasi ini diawali dengan Tim pengabdian IPTEKS menyampaikan rencana kegiatan yang akan dilakukan kepada mitra dan mengkoordinasikan waktu serta tempat pelaksanaan kegiatan. Tim pengabdian dan mitra bersama-sama menyepakati bahwa kegiatan akan dilakukan.
3. Persiapan bahan
Persiapan bahan terdiri atas materi yang akan disampaikan setiap anggota tim Pengabdian. Bahan tersebut berupa slide dan fotokopi materi yang digandakan untuk diberikan kepada peserta pelatihan. Selain materi bahan lain yang disiapkan seminar kit yang diperlukan untuk mencatat uraian dari anggota tim pelatihan.
4. Persiapan alat
Alat yang dipersiapkan meliputi alat yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Alat yang digunakan meliputi laptop dan LCD. Mitra dalam hal kegiatan ini berpartisipasi dengan membawa produk yang dihasilkan sebagai bahan untuk foto produk mitra.
5. Persiapan administrasi
Persiapan administrasi meliputi pembuatan surat izin pelaksanaan kegiatan kepada UMKM Banana Chips, surat tugas, surat undangan untuk mitra, daftar hadir peserta, dan daftar hadir Tim pengabdian.

B. Persiapan Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat

Pada tanggal 26 Oktober 2023, semua tim pelaksana menjadi fasilitator dalam kegiatan pelatihan dan diskusi, dan mempresentasikan materi-materi. Semua tim pengabdian yang terdiri

dari Ade Yuliana, S.M., M.M., Hendro Sukoco, dan Herdian Farisi, S.P., M.M. menyampaikan materi masing-masing yang disiapkan selama kurang lebih 45 menit secara bergiliran.



Gambar 1. Hasil konten yang dibuat oleh peserta dengan menggunakan website Canva

Setelah itu dilakukan pelatihan, UMKM Banana Chips praktik langsung membuat akun di Instagram, pembuatan label kemasan yang menarik serta konten untuk postingan produk dibuat melalui aplikasi canva. Secara umum kegiatan pelatihan dan diskusi ini berjalan lancar, dimana peserta mendengarkan masing-masing tim pelaksana dengan antusias.



Gambar 2. Foto bersama Tim Pengabdian dan Mitra UMKM “Banana Chips”



Gambar 2. Pelatihan Pemasaran Digital di rumah anggota UMKM “Banana Chips”

PEMBAHASAN

Menurut Thoyibie (2010), media sosial adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Dewasa ini, praktek pemasaran melalui sosial media mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran produk untuk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan. Richter dan Koch (2007) menyatakan media sosial merupakan aplikasi online, sarana dan media yang ditujukan untuk memfasilitasi interaksi, kolaborasi dan sharing materi. Definisi lain media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologis dan teknologi web 2.0, yang memungkinkan terjadi penciptaan dan pertukaran yang dihasilkan dari pengguna konten (Kaplan dan Haenlein, 2010). Sedangkan menurut Kotler (2012) media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi teks, gambar, audio, dan video informasi dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

Pemasaran media sosial adalah suatu proses yang mendorong individu untuk melakukan promosi melalui situs web, produk, atau layanan mereka melalui saluran sosial media online dan untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pemasaran dari pada melalui saluran periklanan tradisional. Kegiatan pengabdian berupa pelatihan pemasaran digital dan desain label kemasan produk bagi UMKM keripik pisang "Banana Chips" di Desa Dawuhan memberikan wawasan tentang pentingnya pemasaran digital di era digital saat ini. Tim pengabdian tidak hanya memberikan pelatihan secara teoritis, tetapi juga praktik secara langsung membuat media sosial berupa Instagram sebagai tempat pemasaran produk dari UMKM “Banana Chips”.

Selain pembuatan media sosial sebagai media pemasaran, UMKM “Banana Chips” juga mendapatkan pelatihan pembuatan konten dengan media canva. Pelatihan pembuatan konten pemasaran dilakukan untuk menunjang kegiatan pemasaran secara online. Tampilan produk dan tulisan yang menarik akan menarik minat konsumen untuk membeli produk dari mitra. Mitra

diajarkan membuat konten dengan memanfaatkan media canva. Kata-kata yang menarik sangat penting dalam proses pemasaran produk.

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan ketrampilan UMKM “Banana Chips” dalam pemasaran digital khususnya media sosial Instagram. Selain itu, UMKM “Banana Chips” juga bertambah terampil dalam menggunakan media canva untuk membuat konten pemasaran digitalnya.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari kegiatan ini adalah:

1. Pelatihan materi penerapan pentingnya digital marketing dan keterampilan pembuatan label kemasan menarik guna peningkatan kegiatan promosi UMKM yang terlaksana dengan baik pada UMKM Keripik Pisang “Banana Chips” Desa Dawuhan.
2. Pelatihan berhasil memberikan penambahan pengetahuan dan ketrampilan kepada UMKM “Banana Chips” sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan kegiatan pemasaran digital dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto yang telah memberikan Hibah Program Kemitraan Masyarakat sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar. Ucapan terimakasih juga kami ucapkan kepada UMKM Banan Chips yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan pengabdian berlangsung.

DAFTAR REFERENSI

- Kaplan, M. A and Haenlein. M. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons 53 (1) Jan-Feb 2010 59-68
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 14th ed. England: Pearson Education.
- Martiningsih, Endang. 2007. *Pemanfaatan Kulit Pisang Raja (Musa paradisiacal L. var sapientum) sebagai Substrat Fermentasi Etanol menggunakan Saccharomyces cerevisiae*. Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta.
- Richter A. & Koch M. 2007. *Social Software-Status quo und Zukunft. Technischer Bericht. Nr. 2007-01*, Fakultat fur Informatik. Universitat der Bundeswehr Munchen.
- Thoyibie, L. 2010. Psikologi Social Media. <http://komunikasi-indonesia.org>.
- Utami, S., J. Widiyanto dan Kristianita. 2016. Pengaruh Cara dan Lama Pemeraman terhadap Kandungan Vitamin C pada Buah Pisang Raja (Musa paradisiaca L.). *Jurnal Edukasi Matematika dan Sains*, 1(2): 1-6.