

Pengolahan pisang aneka rasa dan digital marketing untuk meningkatkan perekonomian Desa Maro Sebo Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi

***M. Ridwansyah¹; Jaya Kusuma Edi²; Fitri Widiastuti³**

¹⁻²Prodi Ekonomi Pembangunan, Fak. Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

³Prodi Manajemen, Fak. Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

*Email korespondensi: mridwansyahjbi@gmail.com

Abstract

Indonesian local bananas are among the types favored by consumers because they have a good taste with a fresher aroma compared to imported bananas. However, local Indonesian bananas have a weakness because they have a high water content so that bananas have a relatively short shelf life. Maro Sebo Village is one of the villages located in the Jambi Luar Kota District, in the Muaro Jambi Regency that has the potential for banana commodities. This study offers an innovation in making banana chips with different flavors so that people who like this food don't feel bored because there are many people who like snacks. The achievement target of this activity is a change in mindset so that the efforts carried out by the women's farmer group in Maro Sebo Village are more business-oriented by providing an understanding of how to start a business of various flavors of banana chips so that they become useful products and open access to online-based sales. The results achieved from this activity are the issuance of PIRT (Food Home Industry) permits and changes in behavior, namely increasing the skills of farmer women's groups, young people, changes in business results, changes in income/profits, and changes in efficiency and effectiveness of production management.

Keywords: *Digital marketing, economy, village wira innovation*

Abstrak

Pisang lokal Indonesia termasuk jenis yang digemari oleh konsumen karena memiliki rasa yang enak dengan aroma yang lebih segar dibandingkan dengan pisang impor. Namun demikian pisang lokal Indonesia terdapat kelemahan karena memiliki kandungan air yang tinggi sehingga daya tahan pisang relatif singkat. Desa Maro Sebo merupakan salah satu desa yang berada di *Kecamatan Jambi Luar Kota*, Kabupaten Muaro Jambi yang memiliki potensi komoditas pisang. Penelitian ini menawarkan suatu inovasi pembuatan keripik pisang dengan pembuatan rasa yang berbeda beda agar orang yang menyukai makanan ini tidak merasa bosan karena banyaknya kalangan masyarakat yang menyukai cemilan. Target capaian dari kegiatan ini adalah perubahan mindset sehingga usaha yang di lakukan oleh kelompok wanita tani Desa Maro Sebo lebih berorientasi kepada bisnis dengan cara memberikan pemahaman cara memulai bisnis aneka rasa keripik pisang sehingga menjadi produk yang bernilai guna dan membuka akses penjualan berbasis online. Hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah diterbitkannya izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan adanya perubahan dari perilaku yaitu bertambahnya keterampilan kelompok wanita tani, pemuda-pemudi, perubahan hasil usaha, perubahan pendapatan/keuntungan, serta perubahan efisiensi dan efektifitas manajemen produksi.

Kata Kunci: Inovasi wira desa, digital marketing, perekonomian

PENDAHULUAN

Pisang lokal Indonesia termasuk jenis yang digemari oleh konsumen karena memiliki rasa yang enak dengan aroma yang lebih segar dibandingkan dengan pisang impor. Namun demikian pisang lokal Indonesia terdapat kelemahan karena memiliki kandungan air yang tinggi sehingga daya tahan pisang relatif singkat. Dengan kata lain, pisang lokal Indonesia tidak dapat disimpan lama tanpa adanya pengolahan atau penanganan lebih lanjut. Pisang yang banyak dijual di pasaran adalah pisang segar yang belum mengalami pengolahan. Tidak jarang banyak pisang yang pada akhirnya menjadi sampah karena tidak bisa lagi dikonsumsi karena sudah membusuk. Desa Maro Sebo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Jambi Luar Kota, di Kabupaten Muaro Jambi. Desa ini dipilih sebagai lokasi untuk program inovasi wira desa mengingat desa ini memiliki potensi komoditas pisang. Mempertimbangkan kondisi tersebut, tim merencanakan membuat sebuah usaha yang dapat membantu dalam meningkatkan nilai tambah komoditas pisang untuk membantu masyarakat yang mempunyai lahan pertanian pohon pisang dan juga membantu peningkatan pendapatan masyarakat di pedesaan. Tim menawarkan suatu inovasi pembuatan keripik pisang dengan pembuatan rasa yang berbeda beda agar orang yang menyukai makanan ini tidak merasa bosan karena banyaknya kalangan masyarakat yang menyukai cemilan.

Kemajuan teknologi merupakan sesuatu hal yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan sekarang ini karena kemajuan teknologi berkembang sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. *Digital marketing* adalah suatu konsep yang merepresentasikan teknologi sebagai saluran media digital baik untuk memasarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk membangun merek digital (Minculete & Olar, 2018). Selain itu, menurut Purnomo (2020) Digital marketing bermanfaat untuk memperluas serta meningkatkan fungsi pemasaran tradisional. Kemajuan teknologi internet yang memberikan peluang bagi dunia digital dengan interaksi dan market place yang baru bahkan jaringan pemasaran dunia bisnis yang luas membuat perusahaan mulai mendengarkan pentingnya menjual produk atau jasanya menggunakan internet.

Menurut Daniel dan Diah (2018) Digital marketing atau pemasaran digital mencakup pemasaran langsung yang menganggap pelanggan sebagai individu dan mendefinisikannya tidak hanya oleh karakteristik individu tetapi juga oleh perilakunya, dan pemasaran interaktif yang memiliki kekuatan untuk berurusan dengan individu dan kemampuan untuk mengumpulkan serta mengingat respon individu (Nurmansyah, 2017). Strategi dengan digital marketing lebih menjanjikan karena memudahkan calon konsumen potensial untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai produk dan memudahkan bertransaksi melalui internet (Nurpratama et al., 2020).

Program Inovasi Wira Desa antara lain bertujuan untuk menerapkan konsep penumbuhan dan pengembangan kewirausahaan desa berupa usaha kripik pisang aneka rasa yang dibangun dengan kolaborasi antara masyarakat desa dan perguruan tinggi secara berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok masalah yaitu: (1) Bagaimana mengolah komoditas pisang menjadi produk yang inovatif dan memiliki nilai tambah secara berkelanjutan?, (2)

Bagaimana pemasaran yang efektif terhadap produk kripik pisang yang dihasilkan sehingga disukai dan dibeli oleh calon konsumen secara luas?

METODE

Adapun tahap-tahap kegiatan yang dilakukan dengan acuan yakni, 1) Merancang roadmap pengembangan ekonomi desa melalui penumbuhkembangan unit-unit usaha lama dan usaha baru. Roadmap disusun berdasarkan hasil identifikasi potensi dan masalah; 2) Menganalisis data awal profil unit-unit usaha sasaran program untuk menetapkan masalah-masalah mendasar yang menghambat pengembangan unit-unit usaha desa; 3) Merancang pengembangan unit-unit usaha di desa dengan berbagai bentuk intervensi riil. Berikut susunan Program yang akan dilaksanakan. Seperti pelatihan dan pendidikan pada peserta program, pembentukan tim pengelola program, pemberian buku panduan program, pelatihan kepada tim pengelola, pelatihan dan pembentukan tim kerja, pengelolaan digitalisasi marketing secara global, pelatihan cara penjualan hasil produksi; 4) Merumuskan indikator keberhasilan program. Indikator keberhasilan adalah ukuran standar keberhasilan pelaksanaan Program Inovasi Wira Desa (IWD). Data indikator keberhasilan diperoleh dengan melakukan pengukuran terhadap profil unit usaha yang didampingi dan dikembangkan sebelum dan sesudah program, baik usaha lama maupun usaha baru, usaha individu atau usaha kelompok; 5) Melakukan pendekatan masyarakat: tokoh masyarakat, aparat, pelaku usaha, dan SDM lain yang relevan dengan rencana intervensi; 6) Melaksanakan intervensi meliputi pembentukan dan pendampingan usaha baru, pembinaan dan pendampingan usaha lama. Intervensi dapat berupa pelatihan, bimtek, studi karya, pameran produk, temu bisnis, kemitraan untuk perluasan usaha dan pemasaran, advokasi dan konsultasi usaha ke berbagai pihak, unjuk hasil, pengembangan IT, rintisan usaha desa dan lain lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari pelaksanaan kegiatan yang dimaksud yakni, pertama, tim peneliti melakukan sosialisasi dan penjelasan kepada mitra terkait kegiatan-kegiatan mulai dari penyediaan bibit, praktek pembuatan kripik pisang dan penjualan dengan bantuan digital marketing yang akan dilakukan selama pengabdian berlangsung.

Kedua, sebelum produk di buat dan di pasarkan, Tim IWD bersama mahasiswa melakukan diskusi untuk membuat survey mengenai pendapat konsumen terkait rasa kripik pisang yang akan di produksi oleh mitra Desa Maro Sebo. Google form link sebagai berikut.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe5bsNSAJImAcBm3SMoC2if2j5oSdPPEIvG5Cou8pueEjtkuA/viewform?usp=sf_link.

Ketiga, hasil dari 69 responden yang rata-rata beralamat di Kota Jambi dan sebagian dari wilayah desa Maro Sebo, hasil kuisioner menjelaskan bahwa rasa kripik pisang yang paling disukai adalah rasa coklat dengan total responden sebanyak 40,6%, Original 33,3%, Balado 18,8%. Lalu untuk kemasan kripik pisang yang paling cocok dan menarik, responden lebih memilih alumunium foil dengan total jawaban 58%. Untuk

ukuran kemasan yang paling disukai oleh responden adalah ukuran medium dengan total responden sebanyak 82,6%. Pertanyaan selanjutnya yaitu mengenai jenis pisang yang paling cocok digunakan untuk membuat keripik pisang, dari pertanyaan tersebut di dapatkan bahwa pisang kepok merupakan pisang yang paling cocok digunakan dalam pembuatan keripik pisang dengan jumlah responden sebanyak 58%, untuk pembelian keripik pisang responden lebih banyak membeli di minimarket dengan jumlah responden sebanyak 50,7% dan swalayan sebanyak 40,6%, pada pertanyaan terakhir kuisisioner keripik pisang adalah harga yang paling di inginkan oleh responden, hasilnya responden lebih memilih harga terendah yaitu kisaran harga 5.000-10.000 dengan total jawaban sebanyak 53,6%.

Keempat, Ketua tim pengabdian Inovasi Wira Desa bersama Kepala Desa dan Mitra Pengabdian (Ketua KWT) Desa Maro Sebo melakukan pendataan dan dokumen terkait pengurusan sertifikat PIRT, dikarenakan sebelum hasil dari produk keripik pisang aneka rasa dipasarkan, maka di perlukan izin agar terjamin kualitas dari produk tersebut. Izin PIRT diperkirakan selesai di awal tahun 2022.

Dari penjelasan kegiatan diatas, maka hasil yang diperoleh dari kegiatan ini berupa perubahan perilaku seiring bertambahnya keterampilan Ibu-Ibu Rumahan, Pemuda Karang Taruna dan optimalisasi Sumber Daya pada masyarakat Desa Maro Sebo terutama pada kelompok ibu-ibu PKK dan Karang Taruna dari perilaku yang kurang produktif menjadi perilaku yang produktif/menghasilkan, Perubahan hasil usaha (barang dan jasa) baik dalam kuantitas maupun kualitas yang dicapai melalui kemitraan bersama antara IWD dalam upaya memenuhi standar kuantitas dan kualitas, termasuk mengupayakan diperolehnya sertifikat PIRT. Perubahan keuangan meliputi perubahan pendapatan dan keuntungan, yakni peningkatan pendapatan masyarakat Desa Maro Sebo melalui peningkatan nilai tambah produk kripik aneka rasa. Hal ini dirasakan oleh ibu-ibu kelompok wanita tani saat menghadiri bazar di Swiss belhotel Jambi, perubahan strategi pemasaran yang digunakan dan perubahan jangkauan pasar termasuk perubahan penggunaan media. Hal ini diupayakan melalui pembuatan kemasan yang unik/kas serta penerapan digital marketing yang menjadikan produk tersebut mempunyai pasar yang lebih luas. Perubahan efisiensi dan efektivitas manajemen produksi ini akan dicapai melalui kemitraan antara Desa Maro Sebo dengan Universitas melalui pendampingan oleh mahasiswa Universitas Jambi dan pihak lainnya yang berkontribusi dalam peningkatan manajemen produksi, serta tim IWD memberikan bantuan bibit pisang kepada warga di Desa Maro Sebo sebagai bukti dukungan tim inovasi wira desa dalam membangkitkan perekonomian masyarakat sekitar desa

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya adalah program Inovasi Wira Desa yang dilaksanakan dapat memberikan manfaat, edukasi dalam pembentukan dan pengolahan produk inovasi yang dihasilkan, serta rancangan jangka pendek dan jangka panjang atau keberlanjutan program di Desa Maro Sebo. Melalui program wira desa, tim bersama anggota mencoba memfasilitasi mitra di Desa Maro Sebo agar usaha keripik pisang aneka rasa ini mendapatkan berbagai legalitas yang diperlukan bagi kelangsungan usaha kripik pisang ini, antara lain: PIRT dan sertifikat halal dan izin dari BPOM. Hasil kegiatan

pengabdian Inovasi Wira Desa akan dipublikasi dalam bentuk artikel yang akan dipublish di jurnal dan juga hasil kegiatan wira desa dalam bentuk video akan dipublikasikan melalui Media Elektronik yang nantinya akan diupload di Youtube. Untuk saat ini video tersebut masih dalam penyempurnaan. Berikut link media publikasi elektronik,

https://drive.google.com/file/d/1dBY_fEYOj4aCbCnuqYH5fDqV_nzJ5LZV/view?usp=drivesdk

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan masukan-masukan berupa saran, yaitu peran kepala desa dan pengelola PKK di Desa Maro Sebo untuk memotivasi dan mendukung program kegiatan kelompok wanita tani (KWT) dalam meningkatkan hasil produksi yang telah dihasilkan oleh kelompok wanita tani dan para pemuda-pemudi sehingga akan menambah income dan keterampilan dalam mengelola potensi yang ada di Desa.

Pemerintah setempat seharusnya juga dapat memberikan pelatihan-pelatihan kepada para pemuda-pemudi, kelompok wanita tani untuk mendalami dan mengembangkan potensi yang dimiliki para pelaku industri agar produk makanan yang dijual bisa beragam rasa agar memiliki daya tarik tersendiri untuk dijual ke pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S., Widiastuti, F., Fitriaty.(2019). What the Meaning of Success in Female Entrepreneurs' Perceptions? An Interview-Based Study. *International Journal of Human Resource Studies* ISSN 2162-3058 2019, Vol. 9, No.4.
- Amzar, Y. V. et al. (2019). Inisiasi Dan Pendampingan Jasa Pengembangan Usaha (JPU) Berbasis Kearifan Lokal Bagi UMKM di Desa Renah Alai Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin.
- Avlontis, GJ dan Salavou. (2007). Entrepreneurial Orientation of SMEs. *Journal of Business*, Vol 60. No. 5 Hal 56-75.
- Hendro dan Chandra. W.W. (2006). *Be a Smart and Good Enterpreneur*. Jakarta: Erlangga
- Maharani, I. F., Hidayat, D., & Dianita, I. A. (2021). Penerapan Digital Marketing Pada Konteks Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Womenpreneur. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 7(2), 699–709.
- Minculete, G., & Olar, P. (2018). Approaches to The Modern Concept of Digital Marketing. *International Conference Knowledge Based Organization*, XXIV(2), 63–69. <https://doi.org/10.1515/kbo-2018-0067>
- Nurmansyah, A. A. H. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Industri Kuliner Di Kota Cimahi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.

- Nurpratama, M., Anwar, S., Manajemen, P., & Indramayu, U. W. (2020). Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu. *Investasi*, 6(2), 87–102.
- Purnomo, N. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing. Pemanfaatan Teknologi Dalam Proses Pembelajaran Menuju Pembelajaran Abad 21, 2, 999–1015.
- Suryana. (2008). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.