

Pengembangan Produk *Home Industry* Berbasis Teknologi *Digital Marketing* dan Peluasan Pemasaran di Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim

Lesti Musdila Yansi¹, Arapas Tetra², Ahmad Husen³, Sandi Naiwan⁴, Fauziah Afriani⁵, Yeni⁶, Lukita Tripermata⁷

1,2,3,4 Universitas Indo Global Mandiri Palembang

e-mail: lestiyansi@gmail.com¹, tetraarapas@gmail.com²,
ahmadhusein1953@gmail.com³, sandinaiwan154@gmail.com⁴,
fauziah@uigm.ac.id⁵, yeni@uigm.ac.id⁶, lukita@uigm.ac.id⁷

Abstrak

Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim merupakan salah satu daerah dimana mayoritas penduduk desa membuka usaha-usaha kecil rumahan dimana usaha yang dijalankan tersebut masih dalam tahap perkembangan dengan target pasar yang masih sangat terbatas. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat pada teknologi, dan cara mengelola sumber daya yang ada. Melalui KKN Tematik Universitas Indo Global Mandiri dilakukannya inovasi terhadap kemasan produk, nama produk, serta tehnik yang digunakan untuk mencapai target pasar, serta luang lingkup pemasaran produk yang telah di produksi.

Kata kunci: Ekonomi, *Digital Marketing*, dan UMKM.

Abstract

Alai village, Lembak sub-district, Muara Enim district is one of the areas where the majority of villagers open small home businesses they run are still in the developing stage with a very limited target market. This is due to the public's lack of knowledge about technology and how to manage existing resources. Through Indo Global Mandiri University's Thematic KKN, innovations are carried out on product packing, product names, and techniques used to reach market targets, as well as the scope of market products that have been produced.

Keywords: *Economy, digital marketing, and MSMEs.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan digital saat ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Transformasi digital telah mempengaruhi cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Dalam konteks perkembangan usaha rumahan di desa, pemanfaatan teknologi pemasaran digital menjadi semakin relevan dan penting untuk memperluas pasar serta meningkatkan daya saing produk dan jasa yang dihasilkan. Kerupuk merupakan jenis makanan kering yang sangat populer di Indonesia, mengandung pati cukup tinggi, serta dibuat dari bahan dasar tepung tapioka. (Anonim, 2011). Menurut (Sukmaningrum, 2017) rentang usia produktif yaitu 15-64 tahun yang mampu menghasilkan barang maupun jasa dalam proses produksi. Sukmaningrum, A. (2017). Memanfaatkan Usia Produktif dengan Usaha Kreatif Industri Pembuatan Kaos Pada Remaja di Gresik. *Paradigma*, 5(3).

Pada era saat ini para pelaku UMKM harus mampu mengikuti perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media digital atau internet sebagai salah satu cara memasarkan produk mereka. Hal ini bertujuan agar produk dari UMKM dikenal oleh banyak orang dan menjangka wilayah pemasaran yang lebih luas guna menghasilkan keuntungan bisnis yang

signifikan. Namun masih banyak para pelaku UMKM terutama yang berada dilingkungan desa belum memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman mereka terhadap peranan dan manfaat penggunaan media digital. Media digital saat ini cukup banyak jenisnya, sering kali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, misalnya Facebook dan Instagram (Nugraha, Sari, & Dzuchroidah, 2021).

Desa Alai, yang terletak di Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, menjadi salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha rumahan masyarakat. Potensi sumber daya lokal dan kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat desa menciptakan peluang yang dapat dimanfaatkan secara optimal melalui pendekatan Kolaborasi, Kemandirian, dan Keberlanjutan (KKN) tematik. Dalam konteks ini, KKN tematik di desa dapat menjadi sarana efektif untuk menggali potensi lokal, mendukung usaha rumahan, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat secara berkelanjutan.

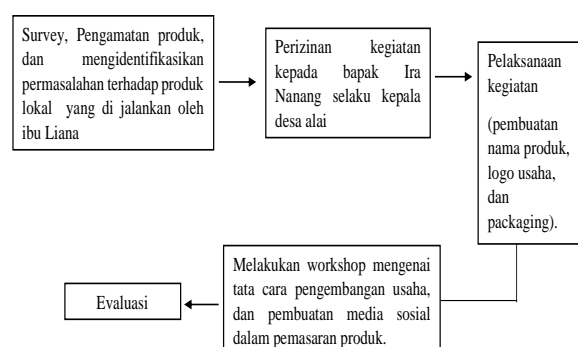
Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi KKN tematik dalam pengembangan usaha rumahan masyarakat di Desa Alai, dengan fokus pada penerapan teknologi pemasaran digital sebagai alat untuk memperluas pasar produk dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat desa. Dalam penelitian ini, kami berupaya untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana teknologi pemasaran digital dapat menjadi instrumen yang efektif dalam memperkuat ekonomi lokal dan memberdayakan masyarakat desa untuk menjadi lebih kompetitif di pasar global yang semakin terkoneksi.

METODE

Pada pelaksanaannya dilakukan dua bentuk kegiatan yaitu paparan materi mengenai peran penting digital marketing bagi kemajuan bisnis UMKM, terutama dalam hal pemasaran dan promosi produk (Naimah, Wardhana, Haryanto, & Pebrianto, 2020). Dalam paparan materi juga disertakan beberapa contoh UMKM yang sukses memanfaatkan media digital untuk melakukan promosi. Diharapkan dengan paparan materi ini pelaku UMKM akan lebih yakin dan memahami pentingnya digital marketing dimasa sekarang sebagai sarana pemasaran. Pada sesi ini mahasiswa juga mengusulkan prototipe kemasan dan label baru yang lebih menarik dan lebih aman untuk menyimpan makanan dalam hal ini adalah keripik singkong. Memberikan pelatihan langsung dalam bentuk tutorial edit foto produk sederhana menggunakan tools gratis yang tersedia di HP Android, serta praktik pembuatan akun di media digital. Untuk mengedit foto di sini menggunakan aplikasi Photo Room, PicArt dan Canva. Kemudian untuk contoh media digital yang digunakan adalah WhatsApp Bisnis dan Instagram. Alat yang digunakan dalam praktik pelatihan adalah Laptop/iPad digunakan sebagai sarana menampilkan paparan atau presentasi materi mengenai pentingnya digital marketing. Handphone dan jaringan internet, digunakan untuk memberikan tutorial edit foto dan mengakses media digital untuk membuat akun media sosial untuk pelaku UMKM tersebut (Susanti, 2020).

Metode Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan KKN Tematik universitas indo global mandiri dilakukan dengan cara melakukan sosialisasi antar masyarakat dan pemerintah setempat dengan cara mendukung usaha pribadi yang dikelola masyarakat desa alai dengan beberapa tahapan berikut ini:



Survey UMKM (Usaha Mikro Kecil, Dan Menengah)

Melakukan kunjungan terhadap usaha rumahan yang ada pada desa alai berupa usaha kerupuk ubi yang dikelola oleh ibu liana dengan nama produk Kerupuk Ubi dapat beberapa permasalahan yang di alami oleh ibu Liana selama usahanya berdiri, yaitu:

1. Jangkauan produk masih terbatas, dan hanya sebatas luang lingkup desa alai.
2. Kemasan yang digunakan masih berupa kantong plastik biasa, sehingga tidak adanya daya tarik terhadap konsumen untuk membeli produk tersebut.
3. Tidak adanya nama usaha, sehingga masyarakat tidak dapat mengenal produk yang diproduksi oleh ibu Liana.

Tehnik pemasaran yang digunakan masih berupa tehnik penjualan dari rumah ke rumah dan penjualan langsung terhadap konsumen.

Pelaksanaan Kegiatan

Pada saat survey selesai dilakukan, kegiatan ini dilaksanakan yang dimulai dengan pendesainan nama usaha beserta logo produk yang telah disetujui oleh ibu Liana, pemilihan kemasan yang akan digunakan untuk produk yang di kelola oleh ibu Liana, pemberian arahan bagaimana cara pembesaran pasar, menentukan target pasar baik secara langsung ataupun melalui media online seperti Facebook, whatsapp dan instagram.



Gambar 1. Survey usaha

Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 2023

Workshop Usaha

Kegiatan dilakukan pada tanggal 11 Juli 2023 bertempat pada kediaman rumah ibu Liana yang beralamat pada Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. Metode pedekatan yang dilakukan antara lain dengan cara memberikan sosialisasi mengenai pemasaran, dan pengembangan produk dengan harapan usaha yang telah dijalankan dapat berkembang, dan berinovasi atas produk-produk yang telak dikelola sebelumnya sesuai dengan sosialisasi yang telah diberikan oleh mahasiswa/i KKN Tematik Universitas Indo Global Mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerupuk ubi, yang diproduksi secara rumahan, dan masih termasuk ke dalam golongan UMKM (Usaha Mikro Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu usaha yang apabila diinovasikan kembali mampu menarik perhatian serta daya beli terhadap calon pembeli, dan juga mampu melawan persaingan yang ada mengingat lokasi produksi atas

produk tersebut merupakan kawasan dengan tingkat UMKM berupa makanan ringan mencapai rating yang cukup tinggi, dan sebagian mayoritas masyarakat Kecamatan Lembak terkhusus Desa Alai melakukan kegiatan UMKM tersebut. Dari hasil penelitian ini, didapat beberapa inovasi terhadap kemasan, merk usaha, dan juga teknik pemasaran yang digunakan untuk kemajuan usaha yang dijalankan oleh ibu Liana.



Gambar 2. Porototipe Produk
Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 2023

Proses pembuatan yang dilakukan dengan cara yang sangat sederhana yaitu dengan cara membuat adonan kerupuk berupa Ubi, garam, penyedap rasa, dan pewarna yang kemudian dicampurkan dengan sedikit demi sedikit air panas yang kemudian adonan tersebut diuleni hingga kalis, dan dicetak sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan. Setelah adonan kerupuk tercetak langkah selanjutnya yaitu memotong kerupuk sesuai dengan ukuran, dan memberi perasa tambahan lainnya yang kemudian kerupuk tersebut siap untuk dikeringkan dengan cara dijemur secara langsung di bawah sinar matahari dengan jangka waktu ± 2 s/d 3 hari tergantung dengan cuaca yang sedang terjadi. Setelah kerupuk kering, maka kerupuk tersebut siap untuk digoreng, dan dikemas dengan menggunakan kemasan yang telah disiapkan sebelumnya.



Gambar 3. Proses pemilihan ubi yang telah di parut
Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 2023

Pada proses ini kita harus tahu cara memilih ubi, berikut cara memilih ubi:

1. Usahakan untuk memilih ubi dengan kulit yang masih segar, keras dan mulus. Ubi yang memiliki kulit seperti ini menandakan bahwa ubi masih baru dicabut dari tanah dan kualitasnya bagus. Ubi yang sudah terlalu lama dicabut akan membusuk atau mengalami kerusakan.

2. Ubi yang manis dan berkualitas akan berbau manis. Sebaliknya, ubi yang sudah rusak akan memiliki bau lebih menyengat atau kurang nyaman di hidung. Bau ubi yang telah rusak akan memiliki ciri khas tersendiri.



Gambar 4. Proses pembentukan ubi untuk
Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 202

Ubi yang telah dipilih dan diparut selanjutnya akan dibentuk lalu dikukus selama \pm 15 Menit.



Gambar 5. Proses pengadonan dan pencetakan kerupuk
Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 2023

Ubi yang telah dikukus selanjutnya diproses tahap pengadonan dan dicetak menjadi kerupuk.



Gambar 6. Proses pengukusan kerupuk yang telah di cetak
Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 2023

Kerupuk ubi yang telah dicetak tadi selanjutnya melalui tahap pengukusan selama ± 15 menit.



Gambar 7. Proses penjemuran kerupuk.
Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 2023

Pada proses ini, kerupuk ubi yang telah dikukus akan dijemur dalam estimasi Pengeringan. Pengeringan sering dilakukan dengan cara tradisional, yakni menggunakan sinar matahari. Hal ini merupakan proses utama dalam pembuatan kerupuk Ubi (Lilir, Palar, & Lontaan, 2021).



Gambar 8. Proses Penggorengan kerupuk
Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 2023

Kerupuk ubi yang telah dijemur selanjutnya akan digoreng dalam api yang sedang.



Gambar 9. Proses pengemasan kerupuk
Sumber: dokumentasi mahasiswa KKN 2023

Tahap terakhir, kerupuk ubi yang telah digoreng akan dipacking dan ditambahkan logo produk agar produk rumahan terlihat menarik dan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini yaitu diharapkan agar usaha yang dijalankan oleh ibu Liana, dan keluarga dapat berkembang lebih maju terlepas dari apa yang telah kami berikan terkait ilmu, serta praktik yang dilakukan secara langsung di lapangan Semoga dengan adanya kegiatan KKN Tematik Universitas Indo Global Mandiri pada Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim ini dapat memberikan manfaat lebih lagi bagi perkembangan desa ataupun usaha-usaha lokal yang dijalankan oleh masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://www.fimela.com/lifestyle/read/3675182/cara-memilih-ubi-yang-manis-dan-berkualitas-baik>
- Lilir, F. B., Palar, C. K. M., & Lontaan, N. N. (2021). Pengaruh lama pengeringan terhadap proses Pengolahan kerupuk kulit sapi. *Zootec*, 41(1), 214.
<https://doi.org/10.35792/zot.41.1.2021.32667>
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Wardhana, Muhammad Wahyu, Haryanto, Rudi, & Pebrianto, Agus. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119:130.
- Nugraha, Aliffia Agustina, Sari, Eka Novita, & Dzuchroidah, Navissya. (2021). PERAN DIGITAL MARKETING BAGI WIRAUSAHA PEMULA DI DESA SAMBONG DUKUH KABUPATEN JOMBANG. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(02).

Susanti, Elisa. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat, 1(2), 36:50.