

## Pengenalan Digital Marketing Pada Usaha Keripik Singkong Dewi Sri di Desa Bukit Peninjauan 1

Sulisti Afriani <sup>1)</sup>; Rina Trisna Yanti <sup>2)</sup>; Noviantoby <sup>3)</sup>; Taufik Maulana <sup>4)</sup>; Dhendy Berlianza<sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [sulistiafrianifatih@gmail.com](mailto:sulistiafrianifatih@gmail.com); <sup>2)</sup> [rinatrisnayanti@rocketmail.com](mailto:rinatrisnayanti@rocketmail.com); <sup>3)</sup> [noviantobybkl16@gmail.com](mailto:noviantobybkl16@gmail.com); <sup>4)</sup> [taufikm2410@gmail.com](mailto:taufikm2410@gmail.com); <sup>5)</sup> [dhendyberlian@gmail.com](mailto:dhendyberlian@gmail.com)

### ARTICLE HISTORY

Received [15 Juli 2022]

Revised [15 Agustus 2022]

Accepted [10 September 2022]

### KEYWORDS

UMKM, Keripik Singkong,  
Digital Marketing

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Keripik singkong merupakan jenis makanan yang sudah tidak asing lagi bagi kita. Rasa yang enak menjadikan keripik ini sebagai produk yang disukai semua lapisan masyarakat. UMKM keripik singkong Dewi Sri merupakan salah satu UMKM yang memproduksi dan menjual produk berbahan dasar singkong ini. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri metode presentasi dengan memberikan penjelasan melalui penyampaian langsung dan metode tanya jawab atau diskusi. Alur tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. UMKM Keripik Singkong Dewi Sri menyediakan berbagai macam rasa yaitu rasa pedas,asin dan rasa jagung manis. Keripik Singkong yang dihasilkan oleh UMKM Keripik Singkong Dewi Sri rata-rata sekitar 240 Kg/hari. Kapasitas produksi ini masih terbatas karena beberapa peralatan produksi masih bersifat semi manual. Pemanfaatan pemasaran berbasis teknologi digital dapat menjadi pengetahuan terobosan baru bagi UMKM Keripik Singkong Dewi Sri untuk mengembangkan strategi pemasarannya melalui media sosial dan marketplace. Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah UMKM Keripik Singkong Dewi Sri semakin paham tentang digital marketing dan mampu memiliki serta mengelola sosial media dan marketplace sebagai alat berpromosi.

### ABSTRACT

Cassava chips are a type of food that is familiar to us. The delicious taste makes these chips a product that is liked by all levels of society. UMKM of cassava chips Dewi Sri is one of the UMKM that produces and sells this cassava-based product. The method of implementing the activity consists of a presentation method by providing an explanation through direct delivery and a question and answer method or discussion. The flow of the stages of this community service activity consists of the preparation stage, the implementation stage and the evaluation stage. UMKM Cassava Chips Dewi Sri provides a variety of flavors, namely spicy, salty and sweet corn flavors. Cassava Chips produced by the Dewi Sri Cassava Chips UMKM average around 240 kg/day. This production capacity is still limited because some production equipment is still semi-manual. The use of digital technology-based marketing can be a new breakthrough knowledge for Dewi Sri Cassava Chips UMKM to develop their marketing strategies through social media and marketplaces. The result of this Community Service activity is that Dewi Sri's Cassava Chips UMKM are increasingly understanding about digital marketing and are able to own and manage social media and marketplaces as promotional tools.

## PENDAHULUAN

Keripik singkong merupakan jenis makanan yang sudah tidak asing lagi bagi kita. Rasa yang enak menjadikan keripik ini sebagai produk yang disukai semua lapisan masyarakat. UMKM keripik singkong Dewi Sri merupakan salah satu UMKM yang memproduksi dan menjual produk berbahan dasar singkong ini. UMKM keripik Dewi Sri sendiri, berdiri pada akhir 2013 karena melihat peluang pasar akan produk ini. Kendati demikian produksi keripik singkong ini pemasarannya masih bersifat konvensional, sekedar disetorkan ke warung dan ke kantin-kantin sekolah, serta dijual langsung ke pedagang yang ada di pasar, seperti pasar Panorama Bengkulu.

Dengan adanya kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat di era pandemi Covid-19 menjadi salah satu kendala bagi para pelaku UMKM yang masih melakukan penjualan secara konvensional karena dapat menyebabkan penurunan jumlah yang dijual dan pada akhirnya akan berpengaruh ke penurunan pendapatan. Turunnya pendapatan ini juga dirasakan oleh pelaku UMKM Keripik Singkong Dewi Sri, hal ini yang menjadi alasan pemilihan UMKM Keripik Singkong Dewi Sri sebagai tujuan kegiatan pengabdian.

Sementara itu, dalam langkah untuk memperluas pasar pada sebuah usaha, maka dibutuhkan suatu strategi untuk menarik konsumen yaitu melalui digital marketing atau pemasaran digital. Digital marketing sendiri menurut Heidrick & Struggless (2009) adalah perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh. Jadi mengapa para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari marketing tradisional seperti TV, radio dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif. Lalu digital marketing menurut Kleindl & Burrow (2005) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan

distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen.

Adapun permasalahan yang melatar belakangi kegiatan ini adalah pemasaran pada sebuah umkm kadang masih bersifat konvensional. Dengan demikian pemasaran dari sebuah tidak dapat dilakukan secara maksimal. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah mengedukasi kepada masyarakat dengan tema pengenalan digital marketing untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat khususnya UMKM Keripik Singkong Dewi Sri tentang pemasaran suatu produk secara digital agar nantinya dapat diterapkan pada usahanya.

## METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari pertama bulan Agustus 2022 dengan sasaran kegiatan adalah UMKM Keripik Sngkong Dewi Sri. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri metode presentasi dengan memberikan penjelasan melalui penyampaian langsung dan metode tanya jawab atau diskusi. Alur tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Berikut alur tahapannya:

Tahapan Kegiatan Pengabdian

### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan survey untuk mengetahui kondisi dan profil serta mempersiapkan alat, material atau bahan yang dibutuhkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap Pelaksanaan adalah memberikan pengenalan digital marketing dengan cara penyampaian langsung kepada pemilik usaha mengenai pengetahuan tentang definisi, manfaat dan penggunaan digital marketing pada usaha keripik singkong Dewi Sri.

### 3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan melihat sejauh mana pemahaman pemilik usaha keripik singkong Dwi Sri tentang digital marketing.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Aktivitas

UKM Keripik Singkong Dewi Sri menyediakan berbagai macam rasa yaitu rasa pedas,asin dan rasa jagung manis. Keripik Singkong yang dihasilkan oleh UKM Keripik Singkong Dewi Sri rata-rata sekitar

240 Kg/hari. Kapasitas produksi ini masih terbatas karena beberapa peralatan produksi masih bersifat semi manual. Keripik singkong di UKM “Keripik Singkong Dewi Sri Bumbu yang digunakan dalam proses produksi keripik ini menggunakan campuran bahan-bahan alami dan bumbu instant. Keripik singkong Keripik Singkong Dewi Sri dikemas dalam kemasan plastic dengan berat 50 gram – 1 kg. Harga jual yang ditetapkan dari UKM Keripik Singkong Dewi Sri di jual dari mulai harga Rp 1.000- Rp 35.000/kg. Produk keripik singkong aneka rasa yang diproduksi oleh UKM

“Keripik Singkong Dewi Sri” dapat dilihat pada Gambar di bawah.



Gambar 1. Keripik Singkong Rasa Pedas



Gambar 2. Keripik Singkong Rasa Asin



Gambar 3. Keripik singkong rasa jagung manis

Tahap proses pembuatan produk keripik singkong yaitu, Kupas singkong, cuci, potong, di cuci lagi, ditiriskan, digoreng, di bumbu dan dibungkus. Dapat di lihat pada gambar 4. Gambar 5 dan gambar 6.



Gambar 4. Pemotongan Singkong



Gambar 5. Proses Penggorengan



Gambar 6. Proses Pembungkusan



Gambar 7. Proses Pengeleman

Tahap persiapan dilakukan guna menetapkan jadwal pelatihan dan pengenalan digital marketing pada UKM Keripik Singkong Dewi Sri. Pelatihan ini dilakukan pada hari senin tanggal 1 Agustus 2022 bertempat di lokasi produksi UKM Keripik Singkong Dewi Sri anggota yang hadir sebanyak 3 orang yang terdiri dari pegawai, pemilik UKM, dan team kegiatan pengabdian. Foto bersama peserta pelatihan digital marketing dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Foto Bersama Peserta Pelatihan Digital Marketing



Gambar 9. Foto mahasiswa bersama dosen pembimbing

Selanjutnya tahap pelaksanaan yaitu pengenalan digital marketing dengan metode penyampaian secara langsung. Materi yang diberikan pada kegiatan ini tentang beberapa contoh media marketing diantaranya: 1).Situs Web dengan tampilan yang bagus dan menarik; 2). Media Sosial yaitu untuk menjalin dan membangun hubungan dengan relasi atau jaringan, contoh media sosial diantaranya adalah Facebook, Instagram, WhatsApp serta mengenalkan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia; 3). Video Kreatif merupakan suatu media promosi dengan membuat video dari produk yang akan dijual,

Adapun manfaat digital marketing diantaranya adalah hemat biaya artinya pemasaran yang dilakukan melalui daring (online) akan lebih murah dibandingkan dengan pemasaran konvensional, dapat mempromosikan produk dengan mudah dan cepat serta dapat merambah konsumen yang banyak karena memiliki jangkauan yang luas. Selanjutnya diberikan juga pengetahuan tentang strategi digital marketing diantaranya adalah mengidentifikasi target pasar dengan tepat agar bisnis dapat berjalan dengan efektif, lalu menerapkan konsep digital marketing yang memberikan solusi, kemudian membuat website sebagai pengenalan produk dan bagaimana membuat Branding usaha dengan aktif di media sosial. Setelah presentasi dilakukan, selanjutnya didiskusikan dan tanya jawab dengan peserta terkait materi presentasi digital marketing.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pemanfaatan pemasaran berbasis teknologi digital dapat menjadi pengetahuan terobosan baru bagi UKM Keripik Singkong Dewi Sri untuk mengembangkan strategi pemasarannya melalui media sosial dan marketplace. Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah UKM Keripik Singkong Dewi Sri semakin paham tentang digital marketing dan mampu memiliki serta mengelola media sosial dan marketplace sebagai alat berpromosi.

### Saran

Diharapkan kedepannya kegiatan pengabdian masyarakat ini mampu memonitor hasil kegiatan yang telah dilakukan dan dapat merambah pelaku-pelaku UKM lainnya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Dr. Suwarni, S.Kom, M, M
2. Kprodi Manajemen, Dr. E. Ahmad Sholeh, S.E, M.Si
3. Pemilik Usaha, Ibu Dewi Sri

## DAFTAR PUSTAKA

Heidrick & Struggless (2009:1). Pengertian Digital Marketing. <https://www.iustaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>

Kleindl & Burrow (2005). Pengertian Digital Marketing. <https://www.iustaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>

Ernah, Edy Subrot, & Rossi Indiarto. 2022. Pengenalan Digital Marketing pada UKM Aneka Cemilan Hikmah Bandung. Jurnal Abdidas. <https://abdidas.org/index.php/abdidas/article/view/180/126>