

Analisis Strategi Pemasaran Singkong Untuk Meningkatkan Produktivitas Sumber Daya Daerah (Studi Kasus Rw 12 Sekejengkol)

Aditya Rifqi N¹, Asyifa Rakhimannisa², Carissa Aulia R³, M Fauzan Nurhadi⁴, Naufal M Fayyadh⁵, Rully Agung Yudhiantara⁶.

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: adityarn300@gmail.com

² Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: asyifarakhimannisa6@gmail.com

³ Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: carissauliaraisa@gmail.com

⁴ Teknik Elektro, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: xiipafauzan@gmail.com

⁵ Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, e-mail: naufalfayyadh28@gmail.com

⁶ Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, e-mail: rully.agung@uinsgd.ac.id

Abstrak

Ekonomi merupakan salah satu aspek yang memiliki peranan penting dalam kehidupan. Dengan adanya aspek ekonomi, manusia dapat terus bertahan hidup dengan pengelolaan sumber daya alam ataupun sumber daya manusia yang dikelola secara baik dan benar sesuai dengan kebutuhan hidup manusia itu sendiri. Di era globalisasi saat ini, sistem perekonomian dunia sudah semakin maju dengan menerapkan sistem digitalisasi. Dalam aspek ekonomi, saat ini sudah mulai marak market place dalam bentuk e-commerce seperti shopee, tokopedia, bukalapak, lazada, dll. Hal ini dapat membantu mempermudah dan juga memperlancar kegiatan ekonomi secara lebih efektif dan efisien. Marketing dalam kegiatan ekonomi menjadi kunci utama dalam memperkenalkan produk, dan menjual produk guna memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Pengabdian yang dilakukan oleh Mahasiswa/i UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Kp. Sekejengkol RW. 12 dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), dilihat dari segi ekonominya ini mengutamakan sumber daya alam yang mengedepankan 'singkong' sebagai bahan dasar utama yang dapat dikelola dan dikembangkan untuk dapat menghasilkan pemasukan dan menjadi sumber kehidupan. Hasil dari pengabdian yang telah dilakukan ini adalah memberikan pemahaman terhadap warga tentang digital marketing, cara memasarkan produk secara menarik, penggunaan e-commerce, dan juga keterbukaan pemikiran untuk kemajuan ekonomi melalui pengelolaan yang lebih maju seiring dengan kemajuan dan perkembangan ekonomi yang ada.

Kata Kunci: *Marketing, E-Commerce, Singkong.*

Abstract

Economics is one aspect that has an important role in life. With the economic aspect, humans can continue to survive by managing natural resources or human resources that are managed properly and correctly according to the needs of human life itself. In the current era of globalization, the world economic system has become more advanced by implementing a digitalization system. In the economic aspect, now there are many market places in the form of e-commerce such as Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, etc. This can help simplify and also facilitate economic activities more effectively and efficiently. Marketing in economic activities is the main key in introducing products, and selling products in order to obtain the expected profit to meet the needs of human life. The service performed by the students of UIN Sunan Gunung Djati Bandung in Kp. Sejengkol RW. 12, in the Real Work Lecture (KKN) activity, from an economic point of view, it prioritizes natural resources that prioritizes 'cassava' as the main basic ingredient that can be managed and developed to be able to generate income and become a source of life. The results of this service have been to provide citizens with an understanding of digital marketing, how to market products attractively, the use of e-commerce, as well as open-mindedness for economic progress through more advanced management along with the progress and development of the existing economy.

Keywords: *Marketing, E-Commerce, Singkong.*

A. PENDAHULUAN

Secara ekonomi situasi di kampung Sekejengkol berpotensi menghasilkan sumber daya alam yang cukup memadai. Salah satu komoditi sumber daya alam di kampung Sekejengkol adalah singkong. Hampir Sebagian besar halaman rumah masyarakat ditanami oleh tumbuhan singkong. Beberapa masyarakat mengolah singkong menjadi berbagai macam olahan makanan seperti kripik singkong, oyek, combro, singkong goreng dll. Beberapa masyarakat di kampung Sekejengkol memanfaatkan sumberdaya tersebut untuk dijual guna memperoleh penghasilan.

Sasaran dari kegiatan ini adalah masyarakat Sekejengkol, terutama warga yang mengolah dan memproduksi singkong dari bahan mentah menjadi bahan jadi. Dilaksanakannya acara ini untuk mengarahkan masyarakat yang masih terbatas dalam pemasaran atau penyaluran hasil olahan tersebut kepada konsumen yang kemudian siap untuk dipasarkan.

Kegiatan produksi merupakan suatu proses kegiatan yang mengubah bahan baku menjadi bahan jadi atau bahan setengah jadi dan dapat memberikan

nilai tambah bagi pelakunya baik untuk kebutuhan konsumsi atau penghasilannya. Dalam kegiatan produksi pengolahan keripik singkong, tentunya membutuhkan proses yang tidak instant, dimana pada setiap tahap pembuatannya diperlukan control yang maksimal mulai dari tahap pengadaan bahan baku sampai dengan tahap akhir atau packing dan pemasaran.

Kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini mendasari adanya permasalahan keterbatasan pengetahuan para pengelola singkong dalam memasarkan dan mengembangkan produksinya. Adanya kegiatan PKM ini untuk meningkatkan pemahaman dalam dunia digital marketing guna memudahkan warga beradaptasi dalam era globalisasi.

Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham (Charles, 2010, hlm. 9). Sedangkan menurut Assauri (2013, hlm. 15) strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Sedangkan strategi pemasaran menurut Swasta (2008, hlm. 5) adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, tempat. Sementara itu menurut Hurriyati (2010, hlm. 62), untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan tiga unsur, yaitu orang, fasilitas dan proses sehingga menjadi 7P. Ketujuh elemen tersebut saling berhubungan satu sama lainnya dan dapat dikombinasikan sesuai dengan lingkungan, baik di dalam maupun di luar perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai Kotler (2009, hlm. 6).

B. METODOLOGI PENGABDIAN

Sosialisasi awal, Rembug Warga (Soswal & RW) dan Refleksi sosial merupakan proses awal dalam siklus KKN Sisdamas. Siklus ini dilaksanakan karena KKN Sisdamas merupakan upaya penanggulangan masalah-masalah sosial yang diintervensi oleh pihak luar (pemerintah), sehingga masyarakat harus diberi kesempatan untuk mengambil keputusan berkehendak untuk menerima atau menolak KKN Sisdamas sebagai alternatif pemecahan masalah. Oleh karena itu RW merupakan proses awal dari pengejawantahan pembangunan partisipatif, karena masyarakatlah yang berhak untuk menentukan apakah mereka akan melakukan upaya penanggulangan masalah

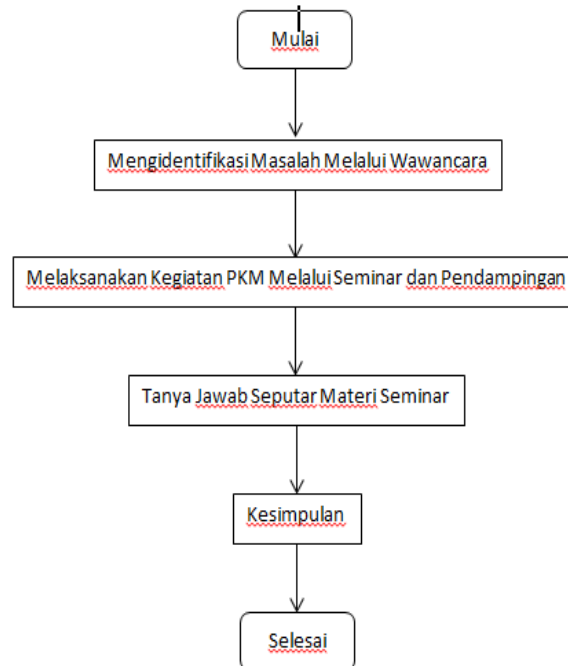
sosialnya sendiri. Apabila masyarakat memutuskan untuk menerima KKN Sisdamas, maka secara otomatis masyarakat harus mempunyai komitmen untuk melaksanakan upaya penanggulangan masalah sosial dengan koridor yang sudah dikembangkan oleh KKN Sisdamas, Komitmen yang disepakati oleh masyarakat berimplikasi kepada beberapa konsekuensi yang harus dijalankan oleh mereka, dengan mengetahui segala konsekuensi yang harus dihadapi diharapkan masyarakat betul-betul siap untuk menerima intervensi KKN Sisdamas.

Pemetaan sosial dan pengorganisasian masyarakat merupakan Pemetaan sosial (social mapping) didefinisikan sebagai proses penggambaran masyarakat yang sistematis serta melibatkan pengumpulan data dan informasi mengenai masyarakat termasuk di dalamnya profil dan masalah sosial yang ada pada masyarakat tersebut. Merujuk pada Netting, Kettner dan McMurtry (1993), pemetaan sosial dapat disebut juga sebagai social profiling atau "pembuatan profile suatu masyarakat". Pemetaan sosial dapat dipandang sebagai salah satu pendekatan dalam Pengembangan Masyarakat yang oleh Twelvetrees (1991:1) didefinisikan sebagai "the process of assisting ordinary people to improve their own communities by undertaking collective actions." Sebagai sebuah pendekatan, pemetaan sosial sangat dipengaruhi oleh ilmu penelitian sosial dan geografi. Salah satu bentuk atau hasil akhir pemetaan sosial biasanya berupa suatu peta wilayah yang sudah diformat sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu image mengenai pemusatan karakteristik masyarakat atau masalah sosial.

Perencanaan Partisipatif (Cantif) dan Sinergi Program merupakan Dokumen perencanaan partisipatif (dorantif) merupakan perencanaan partisipatif warga untuk mengembangkan program penanggulangan Sosial, baik jangka pendek maupun jangka menengah. Program yang dikembangkan berdasarkan hasil kajian masalah (kebutuhan) dan analisa potensi dalam Pemetaan Sosial secara swadaya. Kegiatan ini dilakukan belakangan, dengan dasar pemikiran bahwa pengurus organisasi yang akan mengambil keputusan untuk pengembangan program- program mana dari kebutuhan masyarakat yang menjadi prioritas untuk dikembangkan. Di sisi lain penerima manfaat dari program ini diprioritaskan pada kantong masalah yang sudah diidentifikasi dalam pemetaan swadaya, dan tergabung dalam Pokja, sehingga Pokja dibentuk bukan karena adanya KKN Sisdamas tetapi justru sebaliknya penerima manfaat program didasarkan kepada Pokja yang sudah ada. Dalam pengembangan dorantif, sumberdaya baik manusia maupun sumberdaya lainnya diharapkan bukan hanya dari masyarakat, akan tetapi harus dipikirkan pemenuhannya dari kerjasama dengan pengusaha/ swasta dan dinas/pemerintah setempat dan lembaga-lembaga lain yang mempunyai program yang sejalan dengan dorantif yang disusun oleh masyarakat. Kegiatan ini juga sekaligus untuk memperbaharui data-data yang ada, sehingga kesalahankesalahan akan segera dapat ditemukan dan dapat diperbaiki. Berdasarkan hasil evaluasi kemudian dilakukan perbaikan-perbaikan program apabila diperlukan.

Pelaksanaan program (Pepro) dan monitoring evaluasi (Monev) Pada tahap ini semua pihak terlibat dalam kegiatan pelaksanaan program sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing- masing panitia. Relawan diarahkan oleh pokja untuk mengisi pos- pos seksi yang sesuai dengan kemampuan masing-masing. Kegiatan dimulai dengan sosialisasi baik secara lisan dan tulisan. Secara lisan dapat dilakukan secara face to face atau melalui pengumuman pengeras suara milik masyarakat seperti dari masjid atau mushola dengan oleh tokoh masyarakat dan atas persetujuan bersama. Secara tulisan dapat berbentuk surat, leaflet atau spanduk, papan proyek dll. Sebagai manifestasi tridharma perguruan tinggi, peserta KKN dan DPL seyogyanya terlibat sebagai relawan dan bukan sebagai pelaku utama pada pelaksanaan program serta berusaha mendokumentasikan perilaku masyarakat pada proses dan hasil pelaksanaan program berlangsung. Pada tahapan ini, organisasi masyarakat memfasilitasi pertemuan warga bersama pemerintahan desa untuk membentuk tim Monev. Kemudian tim melakukan tugas monitoring dan evaluasi dengan mengecek kembali hasil pelaksanaan program disesuaikan dengan rencana yang terdapat dalam proposal. Hasil temuan monev direkomendasikan kepada organisasi masyarakat untuk bahan tindak lanjut pada program tahun berikutnya. Setelah dipandang selesai tim monev menerbitkan Berita Acara yang menerangkan bahwa pelaksanaan program telah dilaksanakan. Kemudian organisasi masyarakat membubarkan Pokja dan dan tim monev serta membentuk organisasi pemelihara seperti untuk menjaga keberlanjutan program tersebut.

Metode pelaksanaan dilengkapi dengan bagan alir yang menggambarkan rencana jalannya PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat). Metode harus menjelaskan secara utuh tahapan penelitian yang jelas, luaran, indikator capaian yang terukur di setiap tahapan. Tahapan kegiatan PKM selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Flow Chart Penelitian

1. Indetifikasi Masalah

Melalui hasil wawancara permasalahan yang mendasari adanya kegiatan PkM ini adalah keterbatasan pengetahuan para pengelola singkong di kampung Sekejangkol RW 12 untuk memasarkan dan mengembangkan produk yang sudah mereka produksi. Hal tersebut yang mendasari di perlukannya seminar dan pengarahan kepada masyarakat terkait pemasaran untuk meningkatkan produktifitas sumber daya daerah.

2. Seminar dan Pendampingan

Seminar adalah suatu pertemuan yang dilakukan untuk membahas suatu permasalahan dengan metode diskusi antara pembicara dan audiens. Seminar ini menjadi alternatif yang dapat dilakukan untuk memberikan pemahaman terhadap masyarakat tentang peningkatan produktivitas singkong. Karena seminar ini berbentuk suatu perkumpulan maka metode ini dirasa menjadi metode yang cukup mudah untuk diterapkan kepada masyarakat dan dapat diterima oleh masyarakat tersebut.

Pendampingan merupakan kegiatan menolong seseorang dengan cara mendampingi kegiatan dengan masukan-masukan yang membangun dan memberi motivasi hingga seseorang tersebut merasa terbantu dan pada akhirnya dapat berkembang dengan sendirinya. Metode ini dilakukan pada saat sesi pengarahan secara langsung pada saat sosialisasi pengemasan produk sehingga masyarakat tidak hanya mengetahui secara teori tetapi dapat mengetahui secara praktik.

3. Tanya Jawab Seputar Materi Seminar

Salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan berpikir dan keaktifan warga untuk berfikir kritis dan memberikan feedback kepada warga untuk mengetahui sampai sejauh mana materi dari seminar tersebut dapat di pahami adalah melalui pertanyaan. Hal ini didasari oleh kenyataan bahwa seseorang akan berpikir jika dihadapkan oleh suatu masalah. Dan warga pun diberikan kesempatan untuk bertanya diluar materi dari apa yang di sampaikan oleh narasumber. Umumnya, masalah-masalah yang dihadapi tersebut dipresentasikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Thinking is not driven by answers but by questions (The Critical Thinking Community, 2009). Agar dapat berpikir, kita harus berhadapan dengan pertanyaan-pertanyaan yang merangsang pemikiran kita. Dalam pembelajaran, pertanyaan-pertanyaan tersebut bisa dimunculkan baik oleh pemateri maupun warga dan mahasiswa.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Program ini dilaksanakan atas hasil pengamatan kami dalam melihat potensi sumber daya alam singkong yang cukup memadai di kampung sekejengkol terkhusus RW 12 dan beberapa dari warga memproduksi singkong tersebut untuk menjadi produk olahan makanan tetapi dalam hasil wawancara kami terhadap warga yang bersangkutan masih terbatas dalam pemasaran atau penyaluran hasil olahan tersebut kepada konsumen.

Maka dari itu kami selaku tim pengabdian masyarakat dalam bidang ekonomi berinisiatif untuk memberikan pengarahan terkait pemasaran, pengemasan produk yang lebih inovatif dan juga memberi pengarahan cara membuka toko online di salah satu marketplace agar bisa di perdagangkan lebih luas dan mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern dengan tujuan dan harapan dengan adanya kegiatan dari bentuk pengabdian kami dapat meningkatkan produktivitas sumber daya daerah dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pemasaran dan dapat mengimplementasikan cara pemasaran di era globalisasi dengan baik dan benar

Oleh sebab itu disini kami ingin membantu dan memfasilitasi kepada para pelaku usaha dengan belajar dan menggali ilmu dari para pelaku usaha yang sudah ahli dibidangnya mengenai ilmu juga kiat-kiat strategi bangkit dan mempertahankan bisnis ditengah pandemi. Juga memberikan motivasi agar para calon pelaku usaha dapat terus terdorong agar dapat membuat usaha ditengah pandemi, yaitu dengan memanfaatkan digital marketing dan juga menggunakan inovasi serta kreativitas sehingga dapat menjual produk dan layanan yang berbeda yang dapat membuat

bisnisnya beradaptasi dengan kondisi yang ada sehingga dapat bertahan hingga dimasa yang akan datang.

1. Siklus I

Hari : Kamis, 5 Agustus 2021
 Waktu : 19.00-20.30 WIB
 Tempat : Mesjid Jami' Al-Ihsan
 Agenda : Sosialisasi Awal dan Refleksi Sosial

Pelaksanaan Siklus I ini melakukan Refleksi Sosial dengan mengisi Kuesioner untuk mengetahui harapan atau ekpektasi dan cita-cita warga Kampung Sekejengkol RW 12 untuk hasilnya pada bidang ekonomi adalah:

Dalam hal pemberdayaan singkong menjadi olahan lain. memiliki modal untuk pengolahan aci seperti mesin aci. Perekonomian warga menengah kebawah.

2. Siklus II

Hari : Kamis, 12 Agustus 2021
 Waktu : 19.00-20.30 WIB
 Tempat : Mesjid Jami' Al-Ihsan
 Agenda : Pemetaan Sosial dan Organisasi Masyarakat

Dalam Siklus II kami bersama warga membahas tentang permasalahan - permasalahan yang sebelumnya pada siklus1, telah kami menghimpun semua permasalahan yang warga sampaikan melihat dari hasil kuesioner, kami bersama warga membahas bagaimana pemetaan sosial dengan permasalahan-permasalahan yang ada dalam ekonomi dapat diklasifikasikan yakni.

a. Perubahan Ekonomi

- Faktor
 - ✓ Sumber daya singkong yang melimpah.
- Solusi yang diharapkan
 - ✓ Mengadakan workshop pengolahan singkong.
 - ✓ Pelatihan digital marketing.
 - ✓

4. Siklus III

Hari : Sabtu, 21 Agustus 2021
 Waktu : 19.30-21.00 WIB
 Tempat : Mesjid Jami' Al-Ihsan
 Agenda : Perencanaan Partisipatif dan Sinergi Program

Siklus ke-3 ini adalah kelanjutan dari siklus ke-2, dimana Permasalahan yang ada di tindak lanjuti, apakah permasalahan itu merupakan permasalahan tersebut akan menjadi program atau tidak, dan itu akan menjadi program jangka panjang atau jangka pendek. Pada bidang ekonomi yakni meningkatkan hasil

sumber daya daerah untuk menambah pendapatan. Program yang akan dibuat adalah seminar digital marketing dan workshop pengemasan.

5. Siklus IV

Hari	: Senin, 22 Agustus 2021
Waktu	: 09.00-12.00 WIB
Tempat	: Mesjid Jami' Al-Ihsan
Agenda	: Pelaksanaan Program dan Monitoring Evaluasi

Dengan adanya program yang sudah direncanakan pada tahap siklus ke-3 maka pelaksanaan program dilaksanakan pada tahap ini yakni seminar digital marketing dan workshop. Kegiatan tersebut dilaksanakan di masjid Jami Al Ihsan kampung Sekejengkol RW 12 dengan peserta mahasiswa KKN dan juga warga setempat pada hari Senin 22 Agustus 2021. Kegiatan ini dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat kelompok 109 bidang ekonomi KKN-DR Sisdamas Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung 2021 yang terdiri dari 5 mahasiswa dan juga 2 Pemateri seperti tabel 1.

Tabel 1 Daftar Tim PKM

No	Nama	Jabatan
1	Bambang Aditya, S.E.	Pemateri
2	Dina Anggi Lestari, S.E.	Pemateri
3	Aditya Rifqi Nugraga	Mahasiswa
4	Asyifa Rakhimannisa	Mahasiswa
5	Carissa Aulia Raisa	Mahasiswa
6	M Fauzan Nurhhadi	Mahasiswa
7	Naufal Muhamad Fayyadh	Mahasiswa

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan peningkatan produktivitas sumber daya daerah ini dilakukan tahapan survey terlebih dahulu oleh mahasiswa ke masyarakat RW 12 Kampung Sekejengkol Desa Cimekar kabupaten Bandung. Pada tanggal 22 Agustus 2021, mahasiswa melakukan seminar dan penyuluhan yang bertempat di masjid Jami Al Ihsan dengan Tema Digital Marketing yang mencakup inovasi pengemasan dan pembuatan toko online di *Marketplace* Oleh Bambang Aditya, S.E dan Dina Anggi Lestari, S.E. Pada kegiatan tersebut juga dilakukan sedikit workshop dalam inovasi pengemasan olahan dari singkong yang telah dihasilkan oleh warga.

Tabel 2 Daftar Warga Pengolah Singkong

No	Profil Warga	
1.	Nama	: Ibu Tati
	Alamat	: RT 02 RW 12 Kampung Sekejengkol
	Jenis Olahan	: Combro, Kripik, Oyek & Singkong Mentah
2.	Nama	: Ibu Usep
	Alamat	: RT 01 RW 12 Kampung Sekejengkol
	Jenis Olahan	: Singkong Mentah
3.	Nama	: Maryati
	Alamat	: RT 01 RW 12 Kampung Sekejengkol
	Jenis Olahan	: Kripik Singkong

1. Hasil Survey

a. Ibu Tati

Jenis olahan yang dilakukan bu tati memiliki banyak variasi diantaranya Combro goreng dan mentah, Kripik Singkong mentah, Oyek dan Singkong mentah potong. Ibu Tati memasarkan produk dengan cara berkeliling ke perumahan-perumahan di daerah Cileunyi dan mulai mencoba memasarkan produk melalui WhatsApp. Kendala yang dihadapi pada saat itu adalah:

- 1) modal yang pas-pasan
- 2) pengemasan yang masih sederhana
- 3) belum memiliki label pada kemasan
- 4) ingin memperluas jaringan pasar melalui *market place*.



Gambar 2 Keluarga Ibu Usep

b. Ibu Usep

Ibu Usep memasarkan singkongnya di warung sembako miliknya. Singkong yang dijual ibu Usep hanya singkong mentah yang dijual per kilo tanpa diolah menjadi produk olahan tertentu. Kendala yang dihadapi saat ini adalah:

- 1) Tidak ada keinginan dalam mengelola produk olahan singkong
- 2) Produk olahan singkong masih sebatas konsumsi pribadi tidak untuk dijual



Gambar 3 Warung Ibu Usep

c. Ibu Maryati

Ibu Maryati mengelola singkong menjadi kripik, tetapi ibu Maryati belum menjual kripiknya karena masih tahap percobaan. Olahan Singkong yang dihasilkan adalah kripik dengan berbagai varian rasa. Kendala yang dihadapi pada saat itu adalah:

- 1) Masih bingung dalam teknis berjualan
- 2) Belum bisa berinovasi dalam pengolahan singkong lainnya
- 3) Dalam hal pengawetan makanan



Gambar 4 Keluarga Ibu Maryati

2. Tahapan Seminar

Pada tahap ini, tanggal 22 Agustus 2021 mahasiswa mengadakan kegiatan seminar seperti pada gambar 3 dengan judul "*Digital Marketing*" oleh Bambang

Aditya, S.E. Pada seminar ini memberikan penjelasan tentang apa itu *digital marketing*, tujuan *digital marketing*, bagaimana menjadi *digital marketer* yang baik, fenomena *digital marketing* yang terjadi, kesalahan *mindset digital marketer*, mental dan skill yang harus dimiliki seorang *digital marketer*, dan apa yang harus dilakukan ketika ingin memulai *digital marketing*.



Gambar 5 Seminar

Sosial media yang dapat dipakai sebagai media promosi seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan Tiktok. Pada seminar ini juga menjelaskan tentang 3 alasan konsumen mengambil keputusan seperti yang ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3 Keputusan Konsumen

<p>Your Company</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lama Berdiri Perusahaan • Kepercayaan
<p>Your Product</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas • Harga • Promosi
<p>Your Self</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mindset • Skills



Gambar 6 Pengarahan Pengemasan

Apa yang harus dilakukan ketika ingin memulai digital marketing adalah dengan membawa kebanggaan lokal, minta tolong orang sekitar (saudara, teman, rekan), memulai menggunakan sosial media, memulai menjual di *marketplace*, mempelajari kekuatan dan kelemahan kompetitor.

Setelah Seminar berlangsung dilakukan sesi tanya jawab dan jawaban antara narasumber dan warga. Beberapa pertanyaan tersebut kami rangkum sebagai berikut: "Permasalahan ketika kita ingin jualan dengan harga murah dan kualitas produk yang bagus, bagaimana solusinya?" mencari produsen terbaik dengan brand ternama di berbagai wilayah lalu mengajak bekerjasama melalui MOU yang pada akhirnya kita bisa menjadi seorang distributor dengan brand ternama dan kualitas terbaik.

"Apa boleh kita menjual barang palsu?" Boleh. Akan tetapi dalam hal produk yang akan di jual tidak boleh menjiplak barang asli dari produk itu, harus ada aspek yang membedakan dari kita dengan barang yang asli. Hukum menjadi tidak boleh ketika kita menyamai persis/menjiplak produk yang asli.

"Strategi marketing apa yang digunakan untuk menjual potensi makanan yang ada di desa, contoh e-commers?" Langkah awal dalam menjual makanan di online shop seperti halnya e-commers, kita harus melihat toko-toko lain (menganalisis pasar), setelah menganalisis pasti kita memiliki gambaran umum bagaimana kita membuka toko online shop contoh seperti jualan combro. Combro itu sendiri dikemas dengan semenarik mungkin, kreatif agar bisa menarik minat konsumen terhadap produk yang akan kita jual untuk bisa bersaing dengan produk lain.

3. Tahapan Pendampingan

Pada sesi kedua tanggal 22 Agustus 2021 dilakukan *workshop* pengemasan yang menarik dan murah dan menunjukkan cara pembuatan salah satu akun *marketplace* untuk membuat toko online.

4. Hasil Pendampingan

Pengarahan di warga RW 12 kampung Sekejengkol adalah mengajarkan membuat pengemasan yang menarik dengan modal yang tidak terlalu besar. Selain itu pada kemasan juga di tambahkan label berupa stiker atau pun label *printing* dan memberi saran untuk menambah kemasan menggunakan alat vakum untuk olahan singkong *frozenfood* atau menggunakan toples seperti pada gambar 7. Bentuk Pengarahan lain adalah menunjukkan tahapan-tahapan pembuatan akun *Marketplace* Tokopedia. Pada saat pengarahan salah satu mahasiswa membantu membuat akun Tokopedia namun belum bisa aktif karena keterbatasan syarat-syarat yang diajukan oleh pihak *marketplace* seperti pada gambar di 8.



Gambar 7 Pengemasan Singkong



Gambar 8 Membuat Akun

E. PENUTUP

Kondisi perekonomian di Kp. Sekejengkol RW. 12 dapat dikatakan cukup memadai, karena memiliki sumber daya alam yang mendukung, yakni singkong. Dari kegiatan ekonomi yang dilakukan, masih terdapat kekurangan dan kendala dalam segi pemasaran produk, sehingga produk yang ada kurang meluas penjualannya dan mengakibatkan kurang pula penghasilan yang diperoleh. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk dapat dikembangkan melalui *digital marketing* dengan memanfaatkan *e-commerce* yang ada untuk bisa melebarkan penjualan dan meningkatkan penghasilan. Metode yang digunakan adalah dengan mengadakan seminar tentang *digital marketing* dan praktik sekaligus penjelasan tentang cara pengemasan untuk membuat produk lebih menarik dan memiliki harga yang tinggi dari sebelumnya.

Hasil yang diperoleh dari metode yang telah dilakukan adalah memberikan pemahaman kepada warga tentang pemasaran produk yang lebih baik, dan menjelaskan tentang tahapan-tahapan dalam mendaftar *e-commerce* untuk menunjang penjualan singkong. Dengan pembekalan ini lah yang nantinya diharapkan masyarakat dapat menerapkan dan mengembangkannya secara nyata, juga menghasilkan hasil yang memuaskan sesuai dengan harapan untuk memajukan perekonomian di lingkungan tersebut.

Saran yang dapat kami ajukan untuk dapat lebih menunjang kemajuan perekonomian di Kp. Sekejengkol RW. 12 ini adalah dengan mengadakan *workshop* tentang tata cara pengolahan singkong yang baik dan benar, mulai dari jenis singkong seperti apa yang bagus, bahan-bahan apa saja yang berkualitas untuk digunakan, metode yang diterapkan, dan juga alat-alat yang mendukung untuk

pembuatan singkong dari bahan mentah menjadi bahan jadi, yakni makanan. Dengan diadakannya *workshop* ini, diharapkan masyarakat bisa lebih mengetahui dengan baik dan benar bagaimana cara mengelola singkong dan dapat dilakukan oleh seluruh masyarakat yang berada disana untuk dapat dijadikan mata pencaharian.

F. DAFTAR PUSTAKA

Rahman, A, Fauzi, M, M Suyono, A. 2021. 'Pendampingan Strategi Pemasaran Digital Produk Makanan Dalam Menjalankan Bisnis Di Era New Normal Di Kota Bandung'. *Al-Khidmat: Jurnal Ilmiah Pengembangan Masyarakat* Vol 4.

Swasta, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Marketing Management*. Penerjemah Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.

Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta.

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.

Charles E, Bamfor. 2010. *Strategy: Suistanable Advance and Performance*. Canada: South Western Cengage Learning.

Tina, Yuniarti. (2009). *Fungsi dan Pentingnya Pertanyaan*. Prosiding (online). Tersedia: <http://eprints.uny.ac.id/7023/1/output.pdf>

Supriadi Harahap. 2020. *Strategi pemasaran Kripik Singkong (Studi Kasus: Industri Rumah Tangga Cap Kelinci di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang)*. Skripsi S1 Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

[Chicago Manual of Style 17th edition \(full note\)](#)

INLINE CITATION John L. Campbell and Ove K. Pedersen, "The Varieties of Capitalism and Hybrid Success," *Comparative Political Studies* 40, no. 3 (March 1, 2007): 307–32, <https://doi.org/10.1177/0010414006286542>.

BIBLIOGRAPHY Campbell, John L., and Ove K. Pedersen. "The Varieties of Capitalism and Hybrid Success." *Comparative Political Studies* 40, no. 3 (March 1, 2007): 307–32. <https://doi.org/10.1177/0010414006286542>.