

## Pengembangan UMKM Keripik Pisang Putri Ayu di Desa Demung Kabupaten Situbondo

Dian Purbasari<sup>1\*</sup>, Sutarsih<sup>1</sup>, Ning Puji Lestari<sup>1</sup>, Rufiani Nadzirah<sup>1</sup>, Nur Ida Winni Yosika<sup>1</sup>, Akbar Setyo Pambudi<sup>1</sup>, Eka Tyas Anggraeni<sup>1</sup>, Vilantika Devi Primandani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Teknik Pertanian, Universitas Jember, Jl. Kalimantan 37 Jember, 68121, Indonesia

\*Penulis Korespondensi, email : [dianpurbasari@mail.unej.ac.id](mailto:dianpurbasari@mail.unej.ac.id)

### ABSTRAK

UMKM keripik pisang “Putri Ayu” merupakan salah satu UMKM di desa Demung, Kabupaten Situbondo. Kendala yang dialami dalam pelaksanaan usaha ini diantaranya sistem pemasaran yang belum luas, kemasan yang kurang menarik, dan inovasi produk yang sama dengan kompetitor lain sehingga usaha ini belum dikenal masyarakat. Tujuan kegiatan ini yaitu memberikan pengembangan dan pelatihan untuk UMKM keripik pisang “Putri Ayu”. Tahap pengembangan dan pelatihan ini meliputi pengenalan kemasan, inovasi produk, sistem pemasaran secara tidak langsung melalui *facebook* dan *marketplace*, serta *editing* foto produk. Hasil dari proyek pengembangan UMKM keripik pisang “Putri Ayu” memiliki kemasan baru, inovasi produk, pemasaran yang lebih luas, pemahaman mengenai cara mengunggah foto produk, mengedit foto produk, dan pemberian *caption* agar menarik konsumen.

**Kata kunci:** inovasi, kompetitor, *marketplace*.

### ABSTRACT

The “Putri Ayu” banana chips UMKM is one of the UMKM in Demung Village, Situbondo Regency. The obstacles experienced in implementing this business include a marketing system that is not yet extensive, packaging that is not attractive, and product innovations that are the same as other competitors, so this business is not yet known to the public. This activity aims to provide development and training for the “Putri Ayu” banana chips UMKM. This development and training stage includes the introduction of packaging, product innovation, indirect marketing systems through Facebook and marketplaces, and editing product photos. The results of the “Putri Ayu” banana chips UMKM development project include new packaging, product innovation, wider marketing, understanding of how to upload product photos, edit product photos, and provide captions to attract consumers.

**Keywords :** Competitor, innovation, marketplace

### PENDAHULUAN

UMKM memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. Menumbuhkan dan membina UMKM berpotensi untuk meningkatkan pasokan baru serta persaingan, mengembangkan teknologi, menciptakan ragam pasar baru, meningkatkan kesempatan kerja dan hasil produksi (Elfahmi & Jatmika, 2019). Pada Desa Demung terdapat beberapa UMKM salah satunya keripik pisang “Putri Ayu”. Keripik pisang adalah produk makanan ringan yang dibuat dari irisan buah pisang dan digoreng, dengan atau tanpa bahan tambahan makanan (Haryanto et al., 2013). Varian rasa keripik pisang yang selama ini dijual dengan rasa original. UMKM ini telah memiliki brand

namun, belum banyak dikenal oleh masyarakat karena sistem pemasaran hanya dilakukan secara offline.

Faktor yang penting dalam bisnis yaitu kemasan. Pengemasan merupakan suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan (Widiati, 2020). Kemasan yang unik akan menarik perhatian konsumen untuk membeli produk. Namun, kemasan keripik pisang “Putri Ayu” masih sama dengan UMKM keripik pisang lain menggunakan plastik. Tujuan dilakukan proyek ini yaitu untuk mengembangkan UMKM keripik pisang “Putri Ayu” dengan membuat inovasi kemasan, produk dan memperluas pemasaran secara langsung dan tidak langsung, serta *editing* foto produk. Oleh karena itu, dengan adanya proyek ini akan meningkatkan nilai jual dari produk keripik pisang “Putri Ayu”.

## METODE PELAKSANAAN

Proyek pengembangan UMKM keripik pisang “Putri Ayu” dilaksanakan pada Tanggal 28 Mei – 12 Juni 2022 di Desa Demung Kabupaten Situbondo. Alat yang dibutuhkan dalam pengembangan UMKM ini yaitu *Handphone* dan aplikasi *pixellab*. Bahan yang dibutuhkan dalam pengembangan UMKM ini yaitu serbuk balado, kemasan *standing pouch*, stiker *brand*.

Pemecahan masalah dalam proyek ini yaitu sosialisasi dan diskusi, pelatihan, dan evaluasi. Tahap sosialisasi dapat dilakukan dengan memberi informasi mengenai cara meningkatkan penjualan dapat berupa kemasan, sistem pemasaran, dan varian produk. Tahap diskusi dilakukan dengan membicarakan permasalahan yang ada dalam UMKM sehingga memiliki alternatif pemecahan masalah. Tahap pelatihan dilakukan dengan pelatihan penerapan kemasan produk yang sesuai, inovasi produk dari segi rasa dan bentuk, serta sistem pemasaran. Sistem pemasaran dilakukan dengan *online* dan *offline*. Sistem pemasaran *online* dengan memasarkan produk pada *marketplace* dan media sosial *facebook* beserta cara memberikan *caption* pada postingan produk agar menarik calon konsumen. Selain itu, cara *editing* foto produk menggunakan aplikasi *pixellab*.

Tahap evaluasi dilakukan penilaian dari hasil pelatihan terhadap penjualan dari UMKM Keripik pisang Putri Ayu. Hal ini dapat menggunakan kusioner yang diberikan pada UMKM

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Proyek kerja yang akan dilakukan yaitu perancangan kemasan, inovasi produk dan sistem pemasaran *online*. Pemilihan tipe kemasan harus disesuaikan produk. Terdapat beberapa macam kemasan seperti *standing pouch* maupun *box* mika. *Standing pouch* merupakan jenis kemasan yang memiliki *zip lock* dapat berdiri tegak yang mempermudah *display* produk. *Standing pouch* terdiri dari *standing pouch* bening, nylon, alumunium foil, kombinasi, dan kraft. Kemasan ini mampu menjaga cita rasa dan kualitas produk dari kelembapan udara, sinar matahari, dan bakteri (Afiqah dkk, 2024). Hasil diskusi dipilih *standing pouch* bening supaya produk dapat terlihat jelas oleh konsumen. Pada Gambar 1 masih menggunakan *sealer* untuk merapatkan tutup plastik sedangkan Gambar 2 kemasan *standing pouch* bening terdapat *zip lock* yang lebih higienis dan dapat menjaga kualitas produk. Selain itu, pada kemasan lama *brand* produk dicetak dengan kertas sehingga kurang menarik dan membutuhkan 2 kali proses *sealer*. Pada kemasan baru *brand* produk dibuat lebih menarik dan dicetak dengan stiker yang dapat ditempelkan langsung pada kemasan.



Gambar 1. Kemasan Lama



Gambar 2. Kemasan Baru

Produk UMKM keripik pisang Putri Ayu mempunyai rasa original dengan bentuk keripik memanjang. Pemberian inovasi pada bentuk dan rasa produk dapat menambah nilai jual produk dan menarik konsumen. Inovasi bentuk dan rasa juga menjadi ciri khas produk (Hartoyo dkk, 2019). Inovasi produk dilakukan dengan menambahkan variasi bentuk bulat dan rasa balado yang dapat mempermudah pencampuran bumbu balado yang lebih menarik konsumen sehingga dapat bersaing dengan kompetitor dan meningkatkan omset penjualan.

Pemasaran Keripik Pisang Putri Ayu secara langsung dengan menitipkan pada toko – toko. Sistem pemasaran online dengan memasarkan pada media sosial dan *marketplace* sangat membantu dalam memperluas mangsa pasar produk (Nurhayati dan Atmaja, 2021). Pemilik UMKM diberi pengetahuan mengenai cara membuat akun media sosial, mengunggah foto produk beserta cara pemberian *caption* yang menarik, dan cara editing foto produk menggunakan aplikasi pixellab. Evaluasi pengembangan untuk UMKM Putri Ayu dapat dilihat pada Tabel 1.



Gambar 3. Pemasaran melalui media sosial



Gambar 4. Pemasaran melalui markeplace



Gambar 5. Editing foto produk

Tabel 1. Evaluasi program pengembangan UMKM Putri Ayu

No.	Pernyataan	Sangat baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
1.	Materi terorganisasi dan mudah dimengerti	V				
2.	Materi sangat relevan dan telah sesuai dengan kebutuhan untuk memperluas penjualan	V				
3.	Materi memudahkan saya dalam memahami cara mengembangkan bisnis	V				
4.	Pemateri mempresentasikan isi materi dengan baik, mudah dimengerti dan diimplementasikan		V			
5.	Alokasi waktu diskusi untuk menambah/memperkuat pemahaman saya	v				
6.	Pemateri memberikan jawaban dengan jelas		V			
7.	Keseluruhan diskusi/tanya jawab telah meningkatkan pemahaman saya	V				
8.	Pelatihan yang diberikan membantu omset penjualan	V				
9.	Dalam melatih praktik seperti mengunggah foto produk di media sosial, <i>marketplace</i> , membuat poster produk dengan aplikasi pixelab dan membantu membuat caption mudah dimengerti	V				

Berdasarkan tabel tersebut, kusioner mayoritas di isi dengan sangat baik dan baik. Hal ini menandakan program telah terlaksana dan dapat membantu UMKM dalam menambah pengetahuan dan memperluas pasar yang dapat menambah omset penjualan. Hasil pelaksanaan kegiatan sosialisasi, diskusi, pelatihan, dan evaluasi proyek di desa pada UMKM Keripik Pisang Putri Ayu sebagai berikut:

1. UMKM memiliki kemasan yang baru yang lebih menarik, menjaga kualitas produk dan efisien waktu pengerjaan
2. UMKM memiliki inovasi produk yang baru dari segi bentuk maupun varian rasa dibandingkan dengan kompetitor lain.
3. Pemilik UMKM dapat memasarkan lebih luas dengan adanya pemasaran online di media sosial dan *marketplace*
4. Pemilik UMKM dapat ilmu baru mengenai cara mengunggah foto produk, mengedit foto produk, dan pemberian caption agar menarik konsumen

## KESIMPULAN

Berdasarkan alternatif dan rekomendasi adanya tindak lanjut dari hasil kegiatan yang telah dilakukan UMKM putri ayu memiliki kemasan baru, inovasi produk, sistem pemasaran online, pengetahuan dalam mengedit foto produk sekaligus cara pemberian caption yang menarik diharapkan dapat memperbesar omset penjualan. Rekomendasi selanjutnya memberikan pelatihan dalam pembuatan konten video.

## REFERENSI

- Afiqah, N., Rahayuni, T. & Hartati, L. 2024 Kajian Lama Penyimpanan Asam Pedas Ikan Lele menggunakan Standing Pouch Aluminium Foil. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*. 16 (01), 36-43.
- Elfahmi, S. H., & Jatmika, D. (2019). Pengaruh Inovasi Terhadap UKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi UKM Kuliner Rahajeng Catering Pati dan Indoburger Rembang). *Media Mahardhika*, 17(3), 481–487.
- Hartoyo, Koswara, S., Sulassih & Megawati, L.R. 2019. Peningkatan Nilai Tambah Usaha Olahan Keripik Pisang di Desa Tenajar Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*. 5(3), 251-257.
- Nurhayati, A., & Atmaja, H. E. (2021). Efektifitas program pelatihan dan pengembangan terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Kinerja*, 18(1), 24–30.
- Putriyanti, C. C., & Fensi, F. (2017). Penerapan Metode Diskusi Kelompok untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran IPS di Kelas IX SMP Santa Maria Monica, Bekasi Timur. *Psibernetika*, 10(2), 114–122.
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76.