

Pemberdayaan UMKM Keripik Singkong di Desa Jumerto

¹⁾Nanik Hariyana, ²⁾Ajeng Dea Novita Sari, ³⁾Andriansyah Wahyu Eko, ⁴⁾Dea Agita Anggraini, ⁵⁾Libasul Ulum

¹⁾Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

²⁾Universitas Jember

³⁾Universitas PGRI Argopuro Jember

⁴⁾Universitas dr. Soebandi

⁵⁾Universitas Al-Falah Assuniyyah

Email Corresponding: nanik.hariyana.ma@upnjatim.ac.id, ajengdea94@gmail.com andriansyahwahyu45@gmail.com
dheaagni270@gmail.com libasululum66@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:
UMKM
Keripik
Singkong
Strategi Pemasaran

Kuliah Kerja Nyata Kolaboratif (KKNK) merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dari mahasiswa kepada lingkungan masyarakat. Salah satu bidang yang menjadi fokus utama pada kelompok kami adalah pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran KKN dalam membantu UMKM di desa Jumerto untuk meningkatkan kinerja bisnis Keripik Singkong yang terletak pada RW 4, Kelurahan Jumerto, Kecamatan Patrang, Jember. Kegiatan produksi dilakukan dengan cara sederhana dari segi pemasarannya. Produk Keripik Singkong dikemas dengan menggunakan kemasan plastik dan belum menggunakan logo atau sticker penjualan. Selama kegiatan KKN berlangsung, kami sebagai mahasiswa dari kelompok 247 memberikan penyuluhan dan pendampingan usaha tersebut. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mitra dalam mengembangkan usahanya.

ABSTRACT

Keywords:
MSME
Chips
Cassava
Marketing Strategy

Collaborative Real Work Lectures (KKNK) is a community service program which aims to provide real contributions from students to the community. One of the areas that is the main focus of our group is the empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This research aims to analyze the role of KKN in helping MSMEs in Jumerto village to improve the performance of the Cassava Chips business which is located in RW 4, Jumerto Village, Patrang District, Jember. Production activities are carried out in a simple way from a marketing perspective. Cassava Chips products are packaged using plastic packaging and do not use logos or sales stickers. During the KKN activities, we as students from group 247 provided counseling and assistance to the business. This activity is expected to provide benefits for partners in developing their business.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan peranan penting dalam meningkatkan pembangunan perekonomian daerah dan pembangunan ekonomi nasional, karena memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi dalam mewujudkan stabilitas negara. Pemberdayaan UMKM salah satu pilihan yang strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat, dalam rangka untuk mengurangi kesenjangan pendapatan melalui peningkatan kapasitas pengelolaan usaha.

Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional, UMKM juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan pendistribusian hasil pembangunan. Saat ini, beberapa upaya telah dilakukan oleh pemerintah melalui Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah untuk memotivasi masyarakat dalam menekuni dunia usaha melalui UMKM, sehingga masyarakat mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan mengurangi angka pengangguran karena mampu bertahan dalam menghadapi krisis global.

II. MASALAH

Bagaimana cara meningkatkan penjualan produk UMKM keripik singkong yang ada di RW 4 pada Kelurahan Jumerto?

III. METODE

Penelitian kegiatan KKNK Kelompok 247 menggunakan metode penelitian Kualitatif. Untuk melihat kondisi penjualan yang mengenai strategi pemasaran melalui deskripsi dalam kata-kata dan bahasa. Kualitatif merupakan proses penelitian yang bersifat deskriptif dan analisis. Deskriptif dalam penelitian kualitatif adalah Gambaran dan menjabarkan peristiwa fenomena dan situasi sosial. Analisis berarti memaknai dan menginterpretasikan fenomena sosial.

Beberapa definisi penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Nugrahani, 2008) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Kemudian Creswell dalam (Murdiyanto, 2020) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai suatu strategi pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif dalam penelitian ilmiah (Sidiq & Choiri, 2019). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu teknik penelitian yang menggunakan narasi atau kata-kata dalam menjelaskan dan menjabarkan makna dari setiap fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci untuk memaknai dan menginterpretasikan setiap fenomena, gejala dan situasi sosial tertentu. Karena itu peneliti perlu menguasai teori untuk menganalisis kesenjangan yang terjadi antara konsep teoritis dengan fakta yang terjadi.

Objek penelitian adalah UMKM Keripik Singkong di RW 4 Kelurahan Jumerto, Kecamatan Patrang, Jember. Alasan memilih objek penelitian UMKM ini karena ingin melihat perkembangan UMKM di sekitar kelurahan Jumerto. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang digunakan dalam memberikan data kepada mitra yang diperoleh secara langsung dengan melalui proses observasi, wawancara yang sesuai dengan keadaan peneliti.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil yang telah dicapai dari pelaksanaan KKNK, sesuai dengan program kerja yang kami jalankan, yaitu:

A. Pembuatan Desain Logo Produk

Pada kegiatan pembuatan desain logo produk baru untuk UMKM Keripik Singkong dengan tujuan agar dapat menarik minat pelanggan, sehingga produk dapat terjual banyak di pasaran. Kelompok kami membuat serta mencetak logo untuk produk keripik singkong yang bertujuan untuk membantu mitra, dan logo tersebut kami berikan kepada mitra agar dapat dipergunakan untuk penjualan kedepannya. Sebelumnya, kelompok kami juga sudah melakukan penyuluhan dan sosialisasi mengenai pembuatan logo produk pada keripik singkong tersebut. Nilai dari pemasangan logo pada produk keripik singkong mempunyai potensi yang sangat bagus agar produk mempunyai ciri khas tersendiri dan konsumen dapat lebih mudah untuk mengenali produk keripik singkong ini.



Gambar 1. Contoh Penulisan Gambar

B. Profil UMKM Keripik Ketela di Kelurahan Jomerto

UMKM keripik singkong di Kelurahan Jomerto sebagian besar dikelola oleh keluarga dengan skala usaha kecil. Usaha ini umumnya memanfaatkan ketela pohon lokal sebagai bahan baku utama, yang diperoleh dari petani sekitar. Proses produksi melibatkan beberapa tahap, seperti pemilihan ketela, pengupasan, pemotongan, perendaman dalam larutan air, penggorengan, dan pengemasan. Sebagian besar UMKM ini menggunakan peralatan tradisional, seperti wajan dan penggorengan manual.

C. Kualitas Produk

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh kelompok kami, pada kualitas keripik singkong dari UMKM di Kelurahan Jomerto cenderung bervariasi. Sebagian besar produk memiliki tekstur yang renyah dan rasa yang memadai, namun terdapat beberapa produk yang menunjukkan ketidakrataaan dalam kekeringan. Faktor ini dipengaruhi oleh metode pengeringan yang masih manual dan tergolong masih tradisional di jemur dengan mengandalkan panasnya matahari. Kelompok kami juga melakukan penyuluhan dengan memberikan produk dengan berbagai rasa seperti, rasa keju, rasa bbq, original, dan sebagainya.

D. Aspek Pemasaran

Pemasaran produk keripik singkong di Kelurahan Jomerto sebagian besar dilakukan secara lokal melalui pasar tradisional dan gerai kecil. Beberapa pelaku UMKM mulai memanfaatkan platform media sosial untuk promosi, namun belum ada strategi pemasaran yang terintegrasi secara menyeluruh. Akibatnya, jangkauan pasar terbatas dan penjualan masih bergantung pada konsumen lokal atau warga sekitar.

E. Hambatan dan Tantangan

UMKM keripik ketela di Kelurahan Jomerto menghadapi beberapa tantangan, seperti pada kualitas bahan baku ketela pohon yang diterima mempengaruhi hasil akhir produk. Teknologi pengolahan untuk UMKM yang masih menggunakan peralatan yang tidak efisien, mempengaruhi hasil produksi dan kualitas produk. Pada strategi pemasaran terdapat kurangnya pemahaman tentang pemasaran modern dan pemasaran digital membatasi potensi pasar.

F. Peluang dan Rekomendasi

Untuk mengoptimalkan potensi UMKM keripik ketela di Kelurahan Jomerto, beberapa langkah yang dapat diambil seperti penerapan metode pengolahan yang lebih baik dan peralatan yang lebih modern untuk meningkatkan konsistensi kualitas produk.

V. KESIMPULAN

UMKM keripik ketela di Kelurahan Jomerto menunjukkan potensi pasar yang signifikan berkat permintaan yang stabil untuk produk makanan ringan berbasis ketela. Kinerja UMKM ini dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan yang positif dan kepuasan pelanggan. Beberapa tantangan utama yang diidentifikasi termasuk keterbatasan akses terhadap bahan baku berkualitas, modal usaha, serta teknologi produksi yang memadai. Kesulitan dalam pemasaran dan distribusi juga menjadi kendala yang harus diatasi. Untuk meningkatkan daya saing, UMKM disarankan untuk mengadopsi teknologi terbaru dalam proses produksi, memperbaiki kemasan produk, dan memperluas jaringan distribusi. Selain itu, pelatihan bagi pengusaha mengenai manajemen dan pemasaran juga penting untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha. UMKM keripik ketela memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Usaha ini juga berpotensi meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengusaha lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana penelitian atau donatur. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan Pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- A Novianti, Hariyana.N.(2023). [Sosialisasi Mengenai Pembukuan Keuangan di Kalangan Pelaku UMKM di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkmn/article/view/1160). Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 1667-1673. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkmn/article/view/1160>
- AB Santoso., Hariyana.N.(2023). [Sosialisasi dan Pembuatan NIB Bagi UMKM Di Desa Karang, Bareng, Jombang](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkmn/article/view/1272). Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 2174-2180. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkmn/article/view/1272>.

- Apuke, O. D. (2017). Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach. Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review, 6(11), 40–47. <https://doi.org/10.12816/0040336>
- Ardianto, E. (2011). Metode Penelitian Untuk Publik Relations Kuantitatif dan Kualitatif (Cet II). Simbiosis Rekatan Media.
- D.D.Fajriyah., Hariyana, N.(2023). Pendampingan Pembuatan Website UMKM "Cahaya Stik" KWT Cahaya Rimpang untuk Media Pemasaran. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat dan Nusantara. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1161>.
- DD Fajriyah., Hariyana.N.(2023). [Pendampingan Pembuatan Website UMKM" Cahaya Stik" KWT Cahaya Rimpang untuk Media Pemasaran](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1161). Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 1771-1776. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1161>.
- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat - PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITASI PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL Kecamatan Blimbing, Kota Malang)
- H Rahma., Hariyana.N.(2023). [Penggunaan Digital Marketing terhadap Peningkatan Brand Awareness PT Produk Zilla Akademi Indonesia](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1211).Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 1821-1828. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1211>
- H. Rahma., Hariyana, N. (2023)[Penggunaan Digital Marketing terhadap Peningkatan Brand Awareness PT Produk Zilla Akademi Indonesia](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1211).Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 1821-1828. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1211>
- Hariyana, N., N.Takarini.(2023). Application of Virtual Reality Tourism for Consumer Satisfaction in Marketing Activities. Nusantara Science and Technology Proceedings, 670-673 <https://www.nstproceeding.com/index.php/nusciencetech/article/view/1014>
- Hariyana, N., Syahputra, S.(2022). Evaluasi Hubungan Antara Bauran Pemasaran Jasa dan Dimensi Ekuitas Merek. Prosiding Senapan. 134-138. <https://senapan.upnjatim.ac.id/index.php/senapan/article/view/294>
- Hariyana, N., Syahputra, S.(2022).Dampak Marketing Digital Online Pada Keputusan Pembelian Produk Umkm. Paper.<https://senapan.upnjatim.ac.id/index.php/senapan/article/view/208>.
- Hariyana.N., GO Warmana.(2023). [Marketing Training Through Social Media in Increasing Sales of MSME Products in Tanggulangin Sidoarjo](https://www.nstproceeding.com/index.php/nusciencetech/article/view/916). Nusantara Science and Technology Proceedings, 66-70. <https://www.nstproceeding.com/index.php/nusciencetech/article/view/916>
- Hariyana.N., GO Warmana.(2023). [Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Media Sosial Pada UMKM Di Tanggulangin Sidoarjo](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/796). Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (1), 22-27. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/796>
- Hariyana.N., N Takarini(2023). [Application of Virtual Reality Tourism for Consumer Satisfaction in Marketing Activities](https://www.nstproceeding.com/index.php/nusciencetech/article/view/1014). Nusantara Science and Technology Proceedings, 670-673. <https://www.nstproceeding.com/index.php/nusciencetech/article/view/1014>
- I Ilmiah., Hariyana.N.(2023). [Pendampingan Dan Penerapan Branding Produk Sebagai Strategi Pemasaran UMKM "Rempeyek Mak Sri"](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1163) Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 1627-1634. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1163>
- IY E Amriel., D Nuswantara.,Hariyana.N., W Izaak.(2023). [Academics' Work Life Balance During Pandemic](https://ijefm.co.in/v5i12/28.php). Journal of Economics, Finance And Management Studies, <https://ijefm.co.in/v5i12/28.php>
- M Agustinus., AH Saputra., BU Albab., E Efendi., Hariyana.N.(2023).[Edukasi Kesehatan Reproduksi Dan Dampak Pernikahan Dini Sebagai Upaya Pencegahan Stunting](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1556). Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 2558-2564. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1556>
- Majid. N., NIK Wardani., Hariyana.N (2022). Peningkatan Ekonomi Kreatif Melalui Branding di Kawasan Pesisir Desa Mojosari Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Jurnal Abdinus: Jurnal Pengabdian Nusantara, 386-392. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/16598>
- Marimu Waruwu- Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method), 2023).
- Nur Aini Fauziah - UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM KUE KERING MELALUI BRANDING KEMASAN DAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING
- PI Rachmawati., Hariyana, N.(2023). [Sosialisasi Strategi Pengembangan Umkm Melalui Digital Marketing Kelurahan Turi Kota Blitar](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1176). Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 1678-1684. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1176>
- PI Rachmawati., Hariyana.N.(2023).[Sosialisasi Strategi Pengembangan Umkm Melalui Digital Marketing Kelurahan Turi Kota Blitar](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1176). Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 1678-1684. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1176>
- QP Amelinda., A Niam., AB Permana., Hariyana.N.(2023).[Pembuatan Nomor Induk Berusaha \(NIB\) dan Sosialisasi Digitalisasi Marketing Bagi UMKM Desa Baratan, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1176). Jurnal Pengabdian

kepada Masyarakat Nusantara 4 (3), 2787-2793.
<https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1557>

Wc Izaak., Hariyana.N. , Dr Sholihah., H Ardyanfitri (2023). [The Analysis Of Buying Intention Of Generation Z Consumers](#). Jurnal Mebis 8 (1), 68-78. <https://Mebis.Upnjatim.Ac.Id/Index.Php/Mebis/Article/View/424>