



PENGEMBANGAN INOVASI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA GAYA BARU LAMPUNG TENGAH MENGGUNAKAN *E-COMMERCE*

Oleh

Indera Jaya¹, Amnah², Khaidarmansyah³

^{1,2,3}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, ²Institut Informatika dan Bisnis

Darmajaya

Email : ¹inderajaya@darmajaya.ac.id, ²amnah@darmajaya.ac.id,

³khaidarmansyah@darmajaya.ac.id

Article History:

Received: 01-11-2021

Revised: 16-12-2021

Accepted: 25-12-2021

Keywords:

E-Commerce, UMKM, Inovasi, Media Sosial

Abstract: *E-Commerce merupakan satu cara yang banyak diminati bagi individu yang ingin membuka bisnis, dan dengan e-commerce yang menjanjikan dan kerap digeluti oleh masyarakat di Indonesia. Tingginya Peminat banyak membuat bisnis ini sebagai salah satu media untuk mendapatkan keuntungan yang menjanjikan. Sarana yang bisa digunakan untuk berjualan secara daring, yaitu E-Commerce online seperti media sosial salah satunya. E-Commerce dan media sosial tentunya adalah cara yang lebih mudah. Untuk memulainya hanya perlu membuat akun dan mengatur lapak. Bahkan tidak ada biaya operasional yang perlu dikeluarkan di awal. jangkauannya yang sangat luas dan mudah diakses oleh siapapun. UMKM berdiri sejak Singkongn 1990 di Gayabaru, Dusun 1 Desa Brebes, Gayabaru II, Lampung Tengah. Kapasitas produksi yang dilakukan oleh UMKM setiap harinya ialah sebanyak 250 Singkong sebagai bahan bakunya yang diolah sehingga menghasilkan sekitar 175 kilo kerupuk garpu. UMKM memproduksi kerupuk singkong yang diberi nama kerupuk garpu. Dan merencanakan akan membuat jenis kerupuk lain yang tetap berbahan baku singkong.*

PENDAHULUAN

Singkong adalah bahan pangan yang melimpah ditemukan dan disenangi oleh orang Indonesia. Gizi yang dikandung cukup besar dengan harga yang murah mengakibatkan Singkong lebih digemari, Oleh sebab itu perkembangan pengrajin Singkong dipelosok Indonesia berkembang untuk memenuhi permintaan kebutuhan masyarakat. Singkong tanaman paling terkenal di masyarakat khususnya Indonesia (Isna Wardiah, 2020). Dimengerti atau tidak hasil olahan Singkong adalah bahan pangan andalan yang digunakan untuk dijadikan aneka makanan yang dapat menopang kehidupan masyarakat disekitarnya juga karena Singkong mengandung kandungan tepung yang baik karena mengandung komposisi tapioka alami yang diyakini mempunyai kekuatan cerna yang besar. Gizi yang dikandung dalam Singkong tidak kalah jauh dibandingkan dengan jenis tanaman tela lainnya



contoh: ubi Jalar, talas dll. Akan tetapi, dengan harga yang sangat murah, masyarakat cenderung pilih Singkong untuk dikonsumsi sebagai bahan pangan sebagai pengganti nasi dalam pemenuhan kebutuhan makan di beberapa daerah. Indonesia sumber zat tepung dan lainnya yang tidak didapat dari jenis ubi lainnya. Banyak Tumbuh-tumbuhan jenis umbi-umbian yang memiliki kandungan gizi yang lebih baik dari singkong seperti ubi jalar Cilembu yang memiliki kalsium yang tinggi disertai kadar gula yang baik bagi tubuh, Ubi Ungu yang memiliki anti Oksidan tinggi dengan warnanya yang gelap (Ungu Tua). Tetapi dikalangan masyarakat cemilan yang berbahan singkong memiliki keunggulan dan memiliki citra rasa tersendiri, seperti cemilan dari singkong dapat dibuat dengan berbagai kreasi yang memiliki citra rasa yang berbeda disetiap variannya.

Pada pembuatan keripik Singkong sekarang ini dalam mengkonsumsi energi membutuhkan asupan yang sangat besar. Energi yang digunakan dalam pembuatan Singkong antara lain waktu perendaman dan lama penggilingan / parut. Sehingga peneliti harus bisa memilih penggunaan energi seminimal mungkin dalam proses pembuatan keripik garpu ini. Singkong mempunyai kekuatan simpan yang panjang dan tidak mudah membusuk. Singkong membutuhkan perendaman, oleh sebab itu mudah terkontaminasi oleh udara dan air rendaman. Tujuan dari perendaman tersebut agar memudahkan dalam proses penggilingan yang dapat menghasilkan singkong yang mudah diparut dan dihaluskan. Tidak itu saja, dilakukan perendaman juga dapat mengurangi racun yang terdapat disingkong (Karna singkong yang digunakan adalah singkong yang biasa dipakai untuk membuat tapioca, jadi sedikit mengandung bahan yang tidak baik bagi manusia jika langsung dikonsumsi).

UMKM merupakan salah satu badan usaha yang bergerak di bidang penjualan. UMKM berdiri sejak Singkongn 1990 di Gayabaru, RT 001 Dusun 1 Desa Brebes, Gayabaru II Kecamatan Seputih Surabaya, Lampung Tengah. Kapasitas produksi yang dilakukan oleh UMKM setiap harinya ialah sebanyak 250 sebagai bahan bakunya yang diolah sehingga menghasilkan sekitar 175 kg keripik Garpu Singkong. UMKM memproduksi berbagai jenis kerupuk singkong tetapi hanya kerupuk garpu yang diproduksi setiap harinya, hal ini karna kerupuk jenis ini yang paling diminati dan memiliki permintaan yang tinggi.(Achmad Rijanto, 2018)

Selain menggunakan E-Commerce UMKM ini juga dibantu pemasarannya dengan memanfaatkan media social yang ada, media social merupakan sarana yang tepat untuk mempromosikan berbagai produk, dengan berbagai jenis produk (makanan, pakaian, dll) (Raja Sharah, 2019)

Proses penjualan yang dilakukan oleh UMKM saat ini dengan menjualnya langsung ke pasar tradisional yaitu tepatnya di wilayah Pasar Gayabaru. Dengan sistem penjualan tersebut masih kurang maksimal karna banyaknya pesaing dan hanya mengandalkan langganan/konsumen tetap. Pekerja masih menggunakan cara konvensional terutama dalam branding produk dan pemasarannya maka sangat diperlukan teknologi modern agar memberikan inovasi secara keberlanjutan. Oleh karena itu, saya berinovasi untuk membantu proses pemasaran produk di UMKM menggunakan e-commerce.(Halimah, 2019)

METODE



Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat alamiah, penelitian yang tidak menggunakan model-model matematik, statistik atau komputer. Penelitian deskriptif membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil jawaban wawancara dengan informan tentang profil perusahaan, keadaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Sumber informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik dari pembuat kerupuk singkong Garpu ini. Penulis memilih pemilik sebagai sumber informan karena pemilik mengetahui dan mengelola semua hal yang berkaitan dengan pembuatan kerupuk singkong garpu (Ni Kadek, 2019).

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dengan melakukan wawancara. Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur, dimana wawancara tersebut termasuk dalam kategori in-depth interview. Tujuan dari wawancara jenis semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat serta ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Sugiyono, 2009, p.233).

HASIL

Deskripsi Usaha dan Pengelolaan Internal Pabrik .

UMKM bergerak memproduksi cemilan yang bergizi dan banyak diminati oleh masyarakat, yaitu memproduksi kerupuk singkong garpu yang memiliki komposisi rasa yang bervariasi, seperti : Pedas, Gurih (paduan gula dan garam), dan original, yang siap memproduksi kerupuk garpu yang siap untuk dikonsumsi dan dijual dalam partai besar dan kemasan kecil yang mudah dibawa dengan ukuran $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$, dan 1 Kg. UMKM ini belum memiliki karyawan melainkan pekerja dan atau petani singkong itusendiri yang meluangkan waktunya agar dapat mengolahnya. Proses produksi diawali dengan mengupas singkong, merendam dan menghaluskan singkong, setelah dihaluskan singkong di beri air biasa lalu diaduk dan dibuang airnya menggunakan kain penyaring, hal ini dilakukan sampai dengan 3-4 kali, hal ini bertujuan untuk membuat kandungan yang tidak baik dikonsumsi oleh manusia, jadi pada saat dikonsumsi sudah layak. Setelah dicuci singkong yang sudah dihaluskan dimasukkan kedalam karung dan digantung dan air yang keluar dari karung ditampung agar didapat sagu murni yang dibawa oleh air dan mengendap dibagian dasar bak penampung, setelah semalam digantung, singkong dikeluarkan dari karung dan dirasakan tingkat kekenyalan singkong, jika kurang lengket / kenyal maka ditambah sedikit sagu yang didapat dari air singkong yang digantung tadi, setelah itu baru diberi bumbu yang diinginkan, pencetakan dan pengukusan dilakukan dengan cara yang masih sangat tradisional, menggunakan baskom yang sangat cekung dan garpu, adonan singkong yang telah diberi rasa atau bumbu yang sesuai dengan permintaan di ambil satu sendok, ditempelkan pada dinding dalam baskom dan ditekan tekan dengan garpu dibentuk sedikit membuat dan memberikan tekstur garpu diatas permukaannya, lalu diletakkan diatas wajan / kuali yang sangat besar dan diberi air, setelah air mendidih maka baskom yang telah ditempel adon singkong tadi



diletakkan diatas air mendidih tadi dengan cara baskom menghadap kebawah (air) atau bagian terbuka baskom berada di atas permukaan air, setelah kurang lebih 5 menit baskom diangkat dan kerupuk singkong Garpu yang masih lembut diletakkan diatas anyaman bamboo persegi panjang yang dapat menampung kerupuk singkong garpu lebih dari 200 keping. Maka proses pengolahan selesai, setelah dijemur dan kerupuk singkong Garpu yang sudah kering diangkat dan langsung dimasukkan keemasan sesuai pesanan dan kerupuk Singkong garpu siap dijual. Sebelum dikemas dan dikirim, kerupuk singkong Garpu, diperiksa terdahulu kualitasnya, jangan sampai ada yang belum kering 100%, sehingga berpotensi timbul jamur sebelum waktunya, rata-rata daya tahan kerupuksingkong Garpu ini dapat mencapai 6 sampai 8 bulan tanpa bahan pengawet sedikitpun, dengan syarat kering dibawah sinar matahari full tanpa halangan.

Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal terdiri dari pesaing, pemasok, customer, pesaing baru, dan produk pengganti (Suhada, 2019). Dimana pada aspek pesaing perusahaan memiliki banyak pesaing yang menarget pasar yang sama, kecepatan pertumbuhan pembuat kerupuk singkong yang lambat karena terkendala ketidakstabilan harga bahan baku, dan tidak banyak perbedaan pada produk yang ditawarkan. Sedangkan pada aspek pemasok, perusahaan tidak memiliki pemasok tetap karena tergantung keadaan panen, harga, dan kualitas sehingga tidak ada biaya peralihan, pemasok memiliki cukup banyak pilihan untuk menjual ke pembuat kerupuk singkong garpu lain. Pada aspek customer, komposisi customer perusahaan tidak didominasi customer tertentu sehingga tidak ada ketergantungan, dan customer memiliki cukup banyak pilihan untuk membeli produk dari pembuat kerupuk singkong garpu lain. Pada aspek pesaing baru, berkaitan dengan barriers of entry tidak ada peraturan pemerintah yang terlalu berpengaruh, modal yang dibutuhkan relatif besar, tidak ada merk yang menguasai pasar, saluran distribusi yang dapat digunakan semua pihak, sehingga barriers of entry relatif lemah karena hanya dari kebutuhan modal. Sedangkan pada aspek produk pengganti, Singkong memiliki posisi yang kuat karena sedikitnya pilihan produk pengganti dan kecilnya kemungkinan muncul produk pengganti.

DISKUSI

Program pengabdian masyarakat pada UMKM Di Desa Gaya Baru Lampung Tengah memiliki luaran yaitu *e-commerce* sehingga proses pemasaran dan promosi dapat dilakukan dengan lebih efektif karna jangkauannya yang sangat luas dan dapat di akses oleh siapapun. Proses penjualan dan transaksi juga menjadi lebih mudah dan lebih mengefisiensi waktu.

Untuk lebih jelas perkembangan kemajuan penjualan UMKM setelah dilakukan beberapa kreasi rasa dan system penjualan yang menggunakan *e-commerce* dan media social lain dapat disampaikan bahwa terdapat kenaikan yang signifikan terhadap omset pada UMKM, Permintaan Kerupuk Singkong Garpu semakin dikenal dengan masyarakat dan menjadi cemilan baru yang bebas bahan kimia dan perasa yang tidak sehat bagi tubuh manusia.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di UMKM ini, Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut : Dengan adanya media promosi menggunakan *e-commerce* ini proses pemasaran dan promosi dapat dilakukan dengan lebih efektif karna



jangkauannya yang sangat luas dan dapat di akses oleh siapapun.

Dengan adanya *e-commerce* ini proses pemasaran dan penjualan menjadi lebih mudah serta proses transaksi pun lebih mengefisiensi waktu. Untuk lebih jelas perkembangan kemajuan penjualan UMKM setelah dilakukan beberapa kreasi rasa dan system penjualan yang menggunakan *e-commerce* dan media social lain dapat disampaikan bahwa terdapat kenaikan yang signifikan terhadap omset pada UMKM, Permintaan Kerupuk Singkong Garpu semakin dikenal dengan masyarakat dan menjadi cemilan baru yang bebas bahan kimia dan perasa yang tidak sehat bagi tubuh manusia.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang telah memfasilitasi ruang penelitian dan pengabdian bagi dosen sehingga tercapainya kegiatan ini yang dapat diabdikan ke masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Achmad Rijanto, Suesthi Rahayuningsih, Peningkatan Kapasitas Produksi Melalui Penerapan Alih Teknologi Pada Usaha Mikro Keripik Singkong, *Jurnal Adimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, Vol. 6, No. 1, Tahun 2018
- [2] Amnah, A., Indera, I., Pebrina, P., Halimah, H., Jaya, I., & Agustina, F. (2021, September). Peningkatan Ekonomi Bagi Kelompok Ibu-Ibu Tenaga Kerja Outsourcing Melalui Pelatihan Pembuatan Masker. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 18-21).
- [3] Halimah, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pemberdayaan Napi Perempuan Lapas Way Hui Melalui Kerajinan Rajutan Dan Perhitungan Penentuan Harga Jual Produk. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- [4] Halimah, H., & Lilyana, B. (2021, September). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Menggunakan Bandicam Dalam Masa New Normal Bagi Guru SDIT Insantama. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 1-6).
- [5] Isna Wardiah dkk, Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Rumahan Keripik Singkong, *Jurnal IMPAC (Implementation and Impact) Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 2 No. 2 Tahun 2020
- [6] Karim, A. S. (2021). PEMULIHAN PEREKONOMIAN UMKM KUE FIORFIORE MELALUI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN KEDAMAIAN, BANDAR LAMPUNG. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(6), 1109-1114. [1]. Ni Kadek Sukerti dkk, Pelatihan Manajemen Pemasaran Dan Produksi Pada Usaha Kerupuk Beras Di Banjar Bodong Nusa Penida, *Jurnal Publika Pengabdian Darmajaya* Vol. 1 No. 2, Tahun 2019
- [7] Raja Sarah Patricia, Dessy Elliyana, Pelatihan Promosi Berbasis Media Sosial Pada Umkm Bawang Goreng Ria Juna, *Jurnal Publika Pengabdian Darmajaya* Vol. 1 No. 1, Tahun 2019
- [8] Suhada dkk, Pemanfaatan Teknologi Internet Untuk Pemesanan Keripik Singkong Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Desa Sungai Langka, *Jurnal Teknologi Informasi dan*



Bisnis Pengabdian Masyarakat Darmajaya, Vol. 1 No. 1 2015

- [9] Yunus, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35-42.