

PEMASARAN PRODUK OLAHAN SINGKONG DESA JENGGIK UTARA
KECAMATAN MONTONG GADING LOMBOK TIMUR

*Marketing Of Processed Cassava Products In Jenggik Utara Village, Montong
Gading District, East Lombok*

AD. Basniwati*, Deni Putra Malik, Sand Akbar, Rajiburrahman, Andi
Nurdiansyah, Mita Ayu Pratiwi, Diana Sapitri, Kristi Joy Oktofifteen Dimara,
Ayu Nurul Hkmah, Tata Humairoh, Ayu Septina Cahayani

Universitas Mataram

Jl. Majapahit No. 62, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat

Informasi artikel	
Korespondensi	: adbasniwati81@gmail.com
Tanggal Publikasi	: 20 April 2023
DOI	: https://doi.org/10.29303/wicara.v1i2.2423

ABSTRAK

Jenggik Utara ialah salah satu desa yang terletak di daerah Kecamatan Montong Gading, Kabupaten Lombok Timur. Desa Jenggik Utara ialah desa yang kaya akan hasil singkongnya. Warga umumnya menjual singkong secara langsung di pasaran dengan harga yang relatif rendah. Bersumber pada kasus tersebut, muncullah inspirasi gagasan dari mahasiswa KKN buat mengolah singkong tersebut jadi jajanan kekinian. Hingga dicoba sosialisasi dan pelatihan pengolahan singkong jadi cemilan kekinian serta melaksanakan inovasi produk sehingga terbentuk produk yang mempunyai nilai jual yang tinggi. Penerapan kegiatan dilaksanakan dengan tata cara Partisipatif dimana seluruh kegiatan melibatkan mitra. Rangkaian aktivitas terdiri dari beberapa tahapan meliputi sosialisasi, pelatihan pembuatan, pelatihan pengemasan, dan pemasaran. Kegiatan sosialisasi yang sudah dilaksanakan sukses. Ditinjau dari tingkatan partisipasi partisipan yang diundang sebesar 95% dari total partisipan yang diundang. Dilihat dari segi pemahaman serta antuas partisipan mengenai materi yang sudah di informasikan bisa dikatakan tinggi. Partisipan sosialisasi sanggup membuat olahan produk yang dicontohkan dengan baik. Hingga pelatihan pembuatan produk olahan singkong ini bisa dinyatakan sukses. Dari para partisipan menampilkan reaksi positif terpaut labeling serta kemasan produk, yang dengan itu merasa optimis perihal ini dapat tingkatkan nilai jual dari produk itu sendiri dan lebih diminati di pasaran. Indikator keberhasilan dari kegiatan pemasaran ini bisa ditinjau dari berhasilnya menjual produk, baik secara online ataupun offline. Penerapan program kerja KKN Tematik UNRAM dengan tema Desa Preneur yang dilaksanakan di Desa Jenggik Utara yang diawali dari aktivitas sosialisasi produk, digital marketing serta launching produk, pelatihan pembuatan produk, pelatihan pengemasan produk, serta pemasaran produk sudah dilaksanakan dengan baik.

Kata Kunci: Jenggik Utara, Singkong, Sosialisasi, Pelatihan, Pemasaran

ABSTRACT

Jenggik Utara is a village located in the Montong Gading District, East Lombok Regency. Jenggik Utara Village is a village rich in cassava products. Residents generally sell cassava directly in the market at a relatively low price. Based on this

case, an idea emerged from the KKN students to process cassava into a modern snack. So that socialization and training on processing cassava into a modern snack are tried and carried out product innovation so that products that have high selling value are formed. The implementation of activities is carried out in a participatory manner where all activities involve partners. The series of activities consists of several stages including socialization, manufacturing training, packaging training, and marketing. The outreach activities that have been carried out were successful. Judging from the level of participation of the invited participants, it was 95% of the total invited participants. In terms of the participants' understanding and enthusiasm regarding the material that has been informed, it can be said to be high. Socialization participants are able to make processed products that are well exemplified. So that the training on making processed cassava products can be declared successful. From the participants showing positive reactions related to product labeling and packaging, they felt optimistic that this could increase the selling value of the product itself and make it more desirable in the market. The success indicator of this marketing activity can be seen from the success of selling products, both online and offline. The implementation of the UNRAM Thematic KKN work program with the theme of Preneur Village which was carried out in Jenggik Utara Village which began with product socialization activities, digital marketing and product launching, product manufacturing training, product packaging training, and product marketing has been well implemented.

Keywords: North Jenggik, Cassava, Outreach, Training, Marketing

PENDAHULUAN

Jenggik Utara ialah salah satu desa yang terletak di daerah Kecamatan Montong Gading, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat yang mempunyai 11 dusun. Desa ini ialah salah satu dari 5(lima) desa yang berada di Kecamatan Montong Gading. Sebagian besar warga Jenggik Utara bersuku Sasak dan desa ini terletak di perbatasan antara Lombok Timur Dengan Lombok Barat.

Topografi daerah berbukit membuat desa ini sempurna untuk lahan pertanian serta pemukiman yang sebelah utaranya berbatasan langsung Halaman Nasional Gunung Rinjani, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Lando Kecamatan Terara, sebelah timur berbatasan Jenggik utara dan Lendang Belok kecamatan montong gading, serta sebelah barat berbatasan dengan Desa Wajageseng&Amp; Aik bual Kecamatan Kopang Lombok Barat.

Dari segi geografis dan keadaan alam Desa Jenggik Utara terbilang lumayan strategis. Desa Jenggik Utara sendiri mempunyai ketinggian 800 mdpl dengan topologi daerah yang berbukit serta digunakan buat zona pertanian serta pemukiman. Curah hujan rata- rata 3000 mm/ tahun dengan jumlah curah hujan 6 bulan serta temperatur rata- rata hariannya 22 derajat Celcius. Total daerah desa ini dekat 119 Ha.

Desa Jenggik Utara memiliki berbagai macam permasalahan, diantaranya yaitu yaitu banyaknya pernikahan dini yang menyebabkan putus sekolah sehingga banyak anak-anak muda khususnya laki - laki yang bekerja di luar negeri menjadi TKI. Hal ini disebabkan masih ada paradigma bahwa yang paling bertanggung jawab untuk mencari nafkah adalah laki - laki dan adanya anggapan perempuan tidak boleh keluar jauh dari tempat tinggalnya serta yang paling krusial adalah ketidakberdayaan laki - laki dalam mengurus anak dan rumah tangga ketika ditinggal pergi dalam waktu yang lama.

Salah satu penyebab ataupun pendorong warga jadi TKI ialah buat merubah keadaan perekonomian, hal ini merangsang banyaknya warga Jenggik Utara bercita-cita serta memilih jadi buruh migran. Untuk Keadaan SDA(Sumber Energi Alam) di

Desa Jenggik Utara buat zona pertanian berupa padi, jagung serta singkong sebaliknya buat ternaknya sendiri berbentuk sapi serta pula kambing.

Pada zona pertanian, bagi data yang diperoleh Kecamatan Playen lebih berfokus dalam penanaman tumbuhan padi serta juga sebagian tanaman palawija lain. Tidak cuma itu, Desa Jenggik Utara juga kaya akan hasil singkongnya. Ketela tanaman maupun yang dikenal dengan ubi kayu/ ketela ialah salah satu tumbuhan yang sudah tersebar serta diketahui oleh segala warga Indonesia. Ketela. Tanaman ubi kayu maupun biasa disebut singkong (Manihot Esculenta Crantz) yang tercantum ke dalam famili euphorbiaceae yakni salah satu tanaman yang telah lama di budidayakan oleh para petani maupun masyarakat di Indonesia (Syaputra et al., 2021).

Singkong ialah umbi-umbian yang menjadi sumber dari karbohidrat. Tanaman singkong ialah umbi-umbian Singkong yang mempunyai nama latin Manihot Esculenta ialah salah satu tumbuhan yang berjenis umbi pangkal maupun pangkal tanaman yang panjang raga rata-rata bergaris tengah 2-3 cm serta panjang 50-80 cm yang memiliki daging umbinya bercorak putih ataupun kekuning-kuningan, tergantung jenis singkong yang ditanam. Ketela tanaman, ataupun yang lebih dikenal dengan Singkong ataupun ubi kayu, yakni tanaman tahunan tropika dan subtropika dari keluarga Euphorbiaceae. Umbinya diketahui luas sebagai santapan pokok penghasil karbohidrat dan daunnya selaku sayuran. Umbi singkong tidak tahan disimpan meski ditempatkan di lemari pendingin. Indikasi kehancuran ditandai dengan keluarnya warna biru gelap akibat terbentuknya asam sianida yang bersifat toksin buat manusia (Eswanto, 2019).

Menurut Syaputra et al., (2021). Menyatakan bahwa tanaman singkong mempunyai kandungan karbohidrat, protein, lemak kasar, serat kasar, dan abu yang berbeda-beda tergantung dari umur dan usia panen singkong. Dengan kadar abu 0,66-0,69%, kadar air sekitar 53-66%, serat kasar 0,57-0,73%, karbohidrat 29-47%, protein kasar 1,88-2,45%, dan lemak kasar 0,83%. Tumbuhan singkong sebagai tumbuhan kesukaan bagi penduduk karena relatif gampang perlingkungannya. Produktivitas singkong di desa Jenggik Utara belum diolah dengan optimal sebab pengetahuan warga jenggik utara hendak di diversifikasi pangan masih rendah. Dampaknya, hasil panen singkong yang berlimpah tidak dibarengi dengan pelaksanaan teknologi pengolahan pasca panen maupun diversitas produk olahan berbahan dasar singkong (Hartini & Martono, 2015). Selama ini, pengolahan singkong di Desa Jenggik Utara sebatas digoreng dan direbus seperti biasa tanpa inovasi.

Nilai utama dari singkong yakni nilai kalorinya yang besar, singkong segar mempunyai 35-40% bahan kering. Dan 90% darinya ada karbohidrat. Bersumber pada bobot fresh, singkong dapat menciptakan 150 kkal/100 gr bobot dibandingkan dengan ubi jalar yang cuma 115 kkal/100 gr bobot. Singkong kayu pula ialah sumber vit C, mempunyai 30-35 mg/100 gr serta rendah isi serat (1,4%) dan lemaknya (0,3%) (Vincent, Yamaguchi 1995) dalam (Mustafidah, 2017) dalam (Apriyani et al., 2022).

Singkong memiliki waktu bertahan selama 3 hari disaat sebelum singkong tersebut dikupas. Singkong dapat diolah jadi sebagian produk olahan, semacam timus yang yakni jajanan tradisional Indonesia yang sudah tidak kerap ditemui. Bahan dasar dari timus yakni singkong dan kelapa yang telah diparut. Olahan ini diberi gula merah yang dicampur ke adonan dan dikukus sehingga rupanya kemerahan. Tidak cuma itu, singkong pula dapat diolah jadi getuk yang biasanya diolah dengan metode direbus setelah itu ditumbuk sampai halus setelah itu disajikan dengan taburan dari kelapa parut. Singkong dapat pula diolah jadi tape. Namun singkong dibuat dari singkong yang difermentasi dengan ragi sehingga membuat tekstur singkong lunak dan rasanya jadi agak asam. Produk olahan yang lain dari singkong ialah tiwul. Tiwul ini terbuat dari tepung galek (singkong yang

dikeringkan setelah itu ditumbuk) (Sundoro, 2022).

Dalam upaya pengembangan potensi- potensi desa Jenggik Utara khususnya dalam olahan pangan dapat dicoba melalui beberapa hal antara lain yakni pengembangan peluang usaha dan maupun berupaya masyarakat terhadap kemampuan yang ada. Hal ini dapat menekan masyarakat buat berpikir kreatif dan menopang partisipasi aktif dalam peningkatan standar ekonomi. Melalui hal ini dapat dicoba sebagian langkah semacam mengolah bahan mentah jadi bahan jadi yang memiliki nilai jual yang lebih besar buat memantapkan eksistensi produk olahan semacam membetulkan pengemasan(packaging) hingga branding produk(Wuryantoro et al., 2022).

Pengembangan potensi singkong di desa Jenggik Utara Kecamatan Montong Gading dicoba dengan sosialisasi dalam hal buat menaikkan pengetahuan warga jenggik utara mengenai pemanfaatan kemampuan singkong yang terdapat dalam hal tingkatkan nilai jual dari singkong tersebut jadi lebih besar dengan mengolahnya menjadi cemilan kekinian. Tidak hanya itu sosialisasi pula diperuntukan pada tentang pemasaran dan branding produk sehingga bisa tingkatkan mutu serta energi jual produk. Kerjasama juga dicoba bersama lembaga- lembaga tingkatan desa semacam kelompok usaha bimbingan, karang taruna, serta Bunda PKK.

Bersumber pada latar belakang tersebut tujuan dilakukan sosialisasi serta pelatihan pengolahan singkong jadi cemilan kekinian sehingga akan dapat melatih masyarakat Jenggik Utara dalam melakukan inovasi produk sehingga terbentuk produk yang memiliki nilai jual yang besar. Tidak cuma itu, kegiatan ini bermanfaat buat masyarakat Desa Jenggik Utara dalam memperluas jangkauan pemasaran dengan memakai media massa sebagai media pemasaran dan memperluas kedekatan sehingga dapat menolong dalam pengembangan produk kedepannya. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan dapat meningkatkan daya saing, kredibilitas dengan labelisasi, dan aspek penting lainnya dari kerajinan tangan masyarakat Desa Jenggik Utara. Selain itu juga, diharapkan agar masyarakat Desa Jenggik Utara bisa memobilisasi alur dari penjualan produk sendiri dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas serta harga pasar, menarik konsumen potensial dan menggunakan teknologi terbaru dalam promosi maupun penjualan produk.

METODE KEGIATAN

Penerapan kegiatan dilaksanakan dengan tata cara Partisipatif dimana segala aktivitas mengaitkan mitra. Tata cara kegiatan ini disesuaikan dengan kebutuhan warga Desa Jenggik Utara yang mempraktikkan konsep integrasi antara sosialisasi tata cara ceramah dengan aplikasi langsung mengaitkan warga serta mitra. Mustanir et al.,(2019), memberi tahu jika Tata cara partisipasi yakni tata cara yang membolehkan masyarakat buat turut dan langsung dalam penentuan langkah pemecahan serta analisis suatu kasus. Tata cara ini diharapkan sanggup membantu tercapainya tujuan aktivitas yakni tingkatkan kreativitas masyarakat dan tingkatkan nilai jual produk. subjek dari aktivitas ini yakni warga di Desa Jenggik Utara yang terdiri dari warga di dusun Ceret Lauk, Ibu PKK dari tiap- tiap dusun di desa Jenggik Utara(Dusun Ceret Lauq, Dusun Ceret Daye, Dusun Karang Baru, Dusun Lingkoq Lemoqeq, Dusun Lingkoq Telu, Dusun Tenggareng, Dusun Mare, Dusun Dasan Tinggi, Dusun Embung Jago, Dusun Lendang Jaran, serta Dusun Montong Keles) beserta kelompok Pojok Wirausaha Rumah Edukasi.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan meliputi penciptaan produk, sosialisasi produk dan digital marketing, pelatihan pembuatan produk, pelatihan pengemasan dan labeling produk, dan pemasaran produk. Metode pelaksanaan kegiatan diuraikan sebagai berikut:

Penciptaan Produk

Produk olahan yang diproduksi adalah hasil inofasi dari kolaborasi warga Desa Jenggik Utara dan kelompok mahasiswa KKN Tematik UNRAM 2023. Bahan utama berupa singkong yang digunakan berasal dari komoditas pertanian warga desa Jenggik Utara. Tempat produksi dari produk olahan singkong ini adalah posko mahasiswa KKN UNRAM 2023 yang terletak di Dusun Ceret Lauq dan selai itu juga bertempat di Rumah Edukasi Desa Jenggik Utara. Untuk pemasarannya bertempat di sekitar kawasan Desa Jenggik Utara dan internet serta media sosial.

Sosialisasi Produk dan Digital Marketing

Sosialisasi kegiatan dilaksanakan pada bertepatan pada 19 Januari 2023 bertempat di Kantor Desa Jenggik Utara yang di mulai pada jam 10. 00– 12. 30 Waktu indonesia tengah(WITA). Dalam aktivitas sosialisasi terdiri dari sebagian tahapan ialah persiapan tempat pelaksanaan, koordinasi partisipan, pemaparan materi dengan tata cara presentasi ataupun ceramah, dialog dan tanya jawab dari peserta sosialisasi serta diakhiri dengan launching produk olahan.

Mahasiswa KKN Tematik UNRAM Desa Preneur membagikan cerminan mengenai kemampuan produk yang hendak dikembangkan yang setelah itu dilanjutkan dengan pemaparan modul mengenai perlengkapan serta bahan dan proses pembuatan produk, metode pengemasan, serta digital marketing metode pemasaran produk. Tingkatan keberhasilan dari aktivitas sosialisasi bisa diukur bersumber pada kriteria tingkatan uraian partisipan terhadap modul yang di informasikan dalam pelatihan, partisipasi, kesesuaian modul serta akibat penyuluhan untuk peserta pelatihan(Wuryantoro et al., 2022).

Pelatihan Pembuatan Produk

Pelatihan pembuatan produk dilaksanakan pada bertepatan pada 21 Januari 2023 yang bertempat di rumah edukasi PMI Desa Jenggik Utara. Dalam rangkaian aktivitas pelatihan pembuatan produk dengan bermacam varian rasa ialah rasa balado, sambal daun jeruk, serta original. Pelatihan pembuatan produk dilaksanakan dengan tata cara partisipatif. Warga secara langsung berupaya membuat produk yang berbahan utama singkong hasil dari perkebunan masyarakat di desa Jenggik Utara. Dalam proses Pelatihan pembuatan dimulai dengan pengumpulan perlengkapan serta bahan yang dibutuhkan dalam pelatihan, pengarahan dalam proses pembuatan produk oleh mahasiswa KKN, praktek pembuatan langsung oleh warga bersama dengan mahasiswa KKN, serta diakhiri dengan pengemasan produk yang telah jadi.

Peningkatan pengetahuan serta keahlian partisipan sosialisasi dalam mengelola bahan baku ialah penanda keberhasilan dalam aktivitas pelatihan pembuatan produk olahan singkong(Widianingrum, 2013).

Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk

Pelatihan pengemasan produk dilaksanakan pada bertepatan pada 21 Januari 2023 yang bertempat di rumah edukasi PMI Desa Jenggik Utara. Pelatihan pengemasan dilaksanakan dari dini pengenalan tipe kemasan, metode pengemasan, dan labelling. Aktivitas ini pula bertujuan buat mengarahkan warga buat memilah serta melaksanakan upgrade kemasan dari kemasan yang biasa saja ke kemasan yang bisa menarik atensi para konsumen serta pastinya lebih menarik. Warga pula diberikan data mengenai tempat mendapatkan bahan baku pengemasan dan mendesain serta mencetak labeling pada kemasan produk.

Dalam pelatihan ini, peserta diharapkan mampu melakukan pengemasan produk menggunakan kemasan berbahan standing pouch serta pemberian label

pada produk yang dengan itu menjadi identitas dari produk itu sendiri, yang mampu meningkatkan nilai jual dari produk itu sendiri di pasaran. Hal tersebut merupakan indikator keberhasilan yang ingin dicapai.

Pemasaran Produk

Sebagain masyarakat Desa Jenggik Utara menggantungkan sumber pendapatan untuk perekonomian mereka hasil dari penjualan bahan komoditas pertanian seperti singkong, beras, buah dan lain-lain. Oleh karena itu diperlukan diperlukannya sebuah sistem pemasaran yang dapat membantu memaksimalkan hasil penjualan dari produk masyarakat Desa Jenggik Utara ini. Adapun pemasaran yang akan dilakukan antara lain dengan menggunakan marketing mix yaitu dengan menentukan beberapa faktor seperti rancangan produk, harga, kebijakan, dan lain-lain. Terkait dengan lokasi Desa Jenggik Utara yang cukup jauh dari perkotaan, diperlukan cara penjualan yang efektif dan efisien kemudian memaksimalkan laba untuk produk-produk dari Desa Jenggik Utara. Beberapa metode yang efektif antara lain:

- **Menerima pesanan (Order)**

Menerima pesanan dari konsumen merupakan salah satu cara penjualan yang efektif karena tujuan dan jumlah barang yang harus disediakan sudah jelas, kemudian tenggat waktu juga bisa ditentukan untuk memaksimalkan kualitas produk dan siamping itu juga menambah nilai produsen pada konsumen,

- **Digital marketing**

Mengiklankan produk pada media sosial atau membuat akun vendor melayani konsumen terkait dengan produk yang hendak dijual. Online Shop sendiri sangat membantu untuk mengembangkan citra usaha menjadi lebih luas dan memperkenalkan produk kepada orang baru.

- **Kerja sama**

Kerja sama atau mitra merupakan salah satu metode penjualan yang kerap dilakukan untuk mendapat pasar yang stabil dan menentukan perjanjian dengan mitra sesuai dengan keuntungan masing-masing kedua belah pihak. Biasanya mitra atau afiliasi biasanya merupakan perusahaan atau badan usaha yang menggunakan jasa atau produk kita sebagai salah satu penunjang produk atau jasa dari mitra kita.

Pemasaran produk mulai dilaksanakan pada bertepatan pada 24 Januari 2023. Pemasaran dilaksanakan dengan tata cara langsung dan dengan memakai media massa semacam WhatsApp Business ataupun Instagram yang biasa disebut dengan tata cara hybrid marketing (Wuryantoro et al., 2022). Masyarakat serta mitra kerja mayoritas memiliki media sosial diajarkan dan ditunjukkan buat memakai kemajuan teknologi sehingga harapannya nanti dapat membantu tingkatkan perekonomian warga kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Serangkaian kegiatan kegiatan pemberdayaan warga oleh KKN Tematik UNRAM Desa Jenggik Utara yang bertemakan Desa preneur dipecah jadi sebagian kegiatan antara lain ialah penciptaan produk, Sosialisasi produk dan digital marketing, pelatihan pembuatan produk, pelatihan pengemasan dan labeling produk, serta pemasaran produk. Dengan rincian kegiatan selaku berikut:

Penciptaan Produk

Dalam prosesnya tercipta sebuah produk makanan diperlukannya

melakukan riset berupa percobaan resep produk dengan takaran yang berbeda sehingga diperoleh takaran dan langkah yang sesuai agar menghasilkan produk dengan rasa yang diinginkan. Dari mulai diskusi produk, penyusunan resep, percobaan pembuatan sampai proses pengemasan dilakukan di posko Kelompok Mahasiswa KKN Desa Jenggik Utara 2022/2023.

Penelitian produk ini sendiri dilakukan selama kurang lebih 6 hari dari tanggal 28 Desember 2022 sampai dengan 4 Januari 2023. Dimana dalam prosesnya itu pembuatan resep uji coba kemudian pengumpulan alat dan bahan pembuatan dan terakhir uji coba pembuatan produk berdasarkan resep yang sudah dibuat. Untuk sebagian proses pembuatannya dilakukan oleh semua anggota kelompok KKN Desa Jenggik Utara 2022/2023. Disamping itu juga dilakukan pembuatan label dan kemasan yang digunakan dalam pemasaran produk ini.

Sosialisasi Produk dan Digital Marketing

Kegiatan sosialisasi pengenalan serta pengolahan produk dan digital marketing produk olahan singkong dilaksanakan pada hari Kamis, 19 Januari 2023 yang bertempat di gedung serbaguna kantor desa Jenggik Utara. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh Ibu PKK dari kesebelas Dusun yang terdapat di Desa Jenggik Utara, kepala daerah tiap- tiap dusun, aparat desa, serta warga Desa jenggik utara, dengan total partisipan 35 orang yang terdiri dari 11 Ibu PKK, 11 Kepala Wilayah, 6 aparat desa, serta 7 warga Desa Jenggik Utara. Kegiatan ini berlangsung sepanjang 2, 5 jam, ialah dari jam 10. 00– 12. 30 Waktu indonesia tengah (WITA). Sosialisasi ini dibuka oleh Sekretaris Desa Jenggik Utara, kemudian pematerinya mahasiswa KKN Desa Jenggik Utara 2022/2023 yang tentunya mengetahui dengan pasti produk CASSAPOSH ini dan memiliki pemahaman dalam digital marketing.

Pada kegiatan sosialisasi tersebut, mahasiswa/ I KKN Tematik menyampaikan materi mengenai pembuatan produk olahan singkong. Singkong diolah jadi jajanan kekinian dengan bermacam berbagai varian rasa. Tidak hanya itu, dalam aktivitas ini pula di informasikan materi mengenai digital marketing gimana pemanfaatan media massa selaku media pemasaran serta promosi produk. Aktivitas sosialisasi (Gambar 1.) dilaksanakan dengan tata cara penyampaian materi ataupun ceramah serta dialog. Pada sesi awal aktivitas dicoba pemaparan materi mengenai pembuatan produk olahan, diawali dari perlengkapan serta bahan pembuatan, proses pembuatan, kelebihan serta kekurangan produk, serta khasiat produk sepanjang 40 menit. Setelah itu dilanjutkan dengan pemaparan materi Digital Marketing, gimana pemanfaatan media massa selaku fasilitas pemasaran serta promosi produk yang berlangsung sepanjang 40 menit, penyampaian materi dicoba dengan menggunakan media power point serta LCD Proyektor. Sehabis penyampaian materi berakhir, dilanjutkan dengan dialog serta tanya jawab yang berlangsung sepanjang 70 menit yang berlangsung secara 2 arah antara partisipan dengan mahasiswa KKN.

Sosialisasi yang dilaksanakan berlangsung baik dan menghasilkan banyak banyak solusi dari bagaimana pemanfaatan singkong sehingga memiliki nilai jual tinggi, pembuatan produk olahan singkong yang kekinian, cara pemasaran yang efisien dan efektif dengan digital marketing dan memanfaatkan media sosial untuk bisnis. Kurangnya kreasi dalam mengolah singkong menyebabkan singkong sendiri memiliki nilai jual rendah dan pada akhirnya tidak bisa membantu dalam perekonomian masyarakat. Selain itu juga, minimnya kesadaran masyarakat akan manfaat internet dan media sosial menyebabkan kurangnya minat masyarakat dalam melakukan pemasaran secara digital, padahal dengan digital marketing akan lebih mempermudah dan meluaskan pasar dalam menjual produk yang ada.

Mengacu kepada Sariwati et al.(2019) mengenai kriteria sosialisasi, bisa dinyatakan kalau aktivitas sosialisasi yang sudah dilaksanakan sukses. Perihal ini

dilihat dari tingkatan partisipasi partisipan yang diundang sangat besar ialah 95% dari total partisipan yang diundang. Dilihat dari segi uraian partisipan menimpa modul yang sudah di informasikan dan antuas dari seluruh partisipan bisa dikatakan besar. ditinjau dari banyaknya partisipan yang mau mengajukan pertanyaan serta tingkatan keseruan discus yang berlangsung dan kesan, pesan serta anjuran dari partisipan mengenai kegiatan sosialisasi ini cocok dengan apa yang diperlukan serta diharapkan oleh warga Desa Jenggik Utara terpaut pemanfaatan hasil perkebunan masyarakat dengan menaikkan nilai jual dari produk tersebut yang setelah itu diharapkan bisa meningkatkan perekonomian warga.



Gambar 1. Sosialisasi produk, dan digital marketing

Pelatihan Pembuatan Produk

Pelatihan pembuatan produk olahan singkong dilaksanakan pada hari Sabtu, 21 Januari 2023 yang bertempat di Rumah Edukasi PMI desa Jenggik Utara yang dihadiri oleh perwakilan ibu PKK dan ibu-ibu kelompok wira usaha dari rumah edukasidesa Jenggik Utara. Peserta yang muncul diajarkan gimana menggunakan sumberdaya yang dipunyai oleh masyarakat di Desa Jenggik Utara, spesialnya singkong yang diolah jadi produk siap konsumsi yang mempunyai nilai jual yang besar. Dalam aktivitas pelatihan ini, partisipan yang muncul diperkenankan buat membuat produk secara langsung Gambar 2. Pelatihan pembuatan produk dicoba secara bertahap, mulai dari pengenalan perlengkapan serta bahan yang dibutuhkan, setelah itu uraian oleh Mahasiswa KKN mengenai langkah- langkah pembuatan produk, serta diakhiri dengan praktek secara langsung antara mahasiswa KKN dengan partisipan yang mengikuti kegiatan tersebut secara bersamaan.

Kegiatan ini sendiri bertujuan untuk mengajarkan peserta yang hadir bagaimana langkah-langkah yang tepat dalam pembuatan produk sampai dengan cara pembungkusan dan takarannya, sehingga dalam praktik membuat sendiri produk bisa dilakukan.

Adapun produk yang dihasilkan yaitu, cemilan kekinian yang berbahan utama singkong yang didapatkan dari kebun warga. Cemilan kekinian ini memiliki beberapa varian rasa, diantaranya yaitu original, rasa balado, dan rasa sambal jeruk. Produk ini diberi nama Cassaposh, yang diambil dari nama lating dari singkong "Cassava" dan bahasa inggris dari kata Mewah yaitu "Posh". Jadi arti dari nama CASSAPOSH adalah "Singkong Mewah".



Gambar 2. Pelatihan pembuatan produk dan pengemasan

Mengacu kepada Widianingrum(2019) kalau apabila partisipan sosialisasi sanggup membuat olahan produk yang dicontohkan dengan baik dan memperoleh bonus ilmu pengetahuan mengenai alterasi produk olahan singkong, mulai dari perlengkapan serta bahan hingga ke proses pembuatan serta dengan akumulasi sebagian varian rasa pada produk tersebut. Hingga pelatihan pembuatan produk olahan singkong ini bisa dinyatakan sukses serta dilaksanakan dengan semaksimal mungkin.

Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk

Hasil dari praktek pembuatan produk, produk yang telah jadi setelah itu dikemas memakai kemasan standing pouch. Kemasan yang digunakan ialah kemasan yang gampang ditemui, kemasan setelah itu dilabeli dengan nama produk yang didesain semenarik bisa jadi supaya bisa menarik atensi pembeli. Membuat label untuk produk olahan singkong Desa Jenggik Utara. Brand olahan singkong in diberi nama asiaposh". Dari kemasan ini, konsumen bisa memandang langsung isinya, yang terbuat lebih menarik dengan sedikit sentuhan di labeling yang lebih modern yang berupa semacam stiker. Dari para peserta menampilkan reaksi positif terpaut labeling serta kemasan produk, yang dengan itu merasa optimis perihal ini dapat tingkatkan nilai jual dari produk itu sendiri dan lebih diminati di pasaran. Produk yang telah dikemas nampak pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk olahan singkong

Pemasaran Produk

Pemasaran produk CASSAPOSH merupakan program kerja utama yang dilaksanakan pada minggu ke-6 sampai minggu ke-7 tepatnya pada 26 Januari 2023 – 07 Februari 2023. Adapun pemasaran yang dilakukan berupa menjalin mitra dengan pedagang kecil dan menengah yang ada di sekitaran Desa Jenggik Utara. Selain itu juga dilakukan pemasaran melalui online seperti media sosial dan website. Untuk melakukan promosi dengan lebih efisien dan efektif tentu saja melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok dan lain lain. Kemudian dalam promosi tersebut dicantumkan link yang mengarah pada website tentang produk CASSAPOSH agar pengunjung website tau seperti apa produk CASSAPOSH tersebut. Kemudian pada website dicantumkan kontak Whatsapp dan E-Mail bagi siapa yang membutuhkan informasi lebih lanjut ataupun informasi pemesanan produk CASSAPOSH.

Tentu saja selain pembuatan akun media sosial dan website bisnis, dibuat juga akun Shopee Seller agar produk CASSAPOSH bisa diakses juga melalui akun Shop sehingga lebih terpercaya. Tentunya dengan adanya akun Shopee Seller ini memberikan kemudahan dalam pemesanan oleh konsumen dan pengiriman oleh penjual. Selain itu juga tak lupa link produk CASSAPOSH pemesanan lewat Shopee Shop juga dicantumkan pada website yang sudah dibuat.

Kegiatan pemasaran produk dilaksanakan secara langsung dengan menjalakan kerjasama dengan mitra ataupun pemanfaatan media massa semacam WhatsApp Business serta Instagram. Bran olahan singkong“ Cassaposh” bisa dilihat di postingan instagram“ kkn_jenggikutara22” (Gambar 4.). akun instagram tersebut dikelola oleh kelompok KKN Tematik Desa Jenggik Utara. Strategi pemasaran dengan menggunakan media massa semacam ini sanggup memperluas jangkauan pemasaran produk ataupun promosi produk, dengan demikian tata cara ini bisa dikatakan efisien dalam perihal pemasaran produk.

Indikator keberhasilan dari kegiatan pemasaran ini dapat ditinjau dari berhasilnya menjual produk, baik secara online maupun offline Gambar 5. Hasil dari penjualan produk, kemudian dikelola lagi untuk dijadikan modal pembuatan berikutnya, sehingga diharapkan program ini dapat berjalan secara terus menerus.



Gambar 4. Pemanfaatan media massa sebagai media pemasaran dan promosi



Gambar 5. Pemasaran produk

Lewat program kegiatan yang sudah dilaksanakan, warga Desa Jenggik Utara merasa dapat lebih terbantu dengan terdapatnya gagasan yang sudah dipaparkan, sehingga mereka lebih termotivasi buat mengelola ataupun menggunakan potensi-potensi yang terdapat di desa mereka yang kemudian bisa di kembangkan jadi suatu usaha yang sanggup tingkatkan perekonomian warga. Lewat aktivitas ini, warga pula sangat termotivasi buat meningkatkan keahlian- keahlian yang mereka miliki sehingga keahlian tersebut bisa dimanfaatkan dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan program kerja KKN Tematik UNRAM dengan tema Desa Preneur yang dilaksanakan di Desa Jenggik Utara, Kecamatan Montong Gading, Kabupaten Lombok Timur, diawali dari aktivitas sosialisasi produk, digital marketing serta launching produk, pelatihan pembuatan produk, pelatihan pengemasan produk, serta pemasaran produk sudah dilaksanakan dengan baik. Peserta pelatihan menampilkan reaksi yang sangat baik serta berpartisipasi dalam segala rangkaian kegiatan secara aktif. Dalam upaya kenaikan nilai jual dari suatu produk bisa dilaksanakan dengan revisi terpaut dengan tata cara pengemasan ataupun varian rasa yang bisa menarik atensi konsumen bisa dimengerti dengan baik oleh para peserta pelatihan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapkan banyak terimakasih kepada pihak LPPM UNRAM yang sudah jadi jembatan serta wadah untuk kami buat bisa meningkatkan kemampuan diri dan bisa terjun langsung di tengah- tangan warga dalam perihal dedikasi. Tidak luput pula kami ucapkan rasa terimakasih yang sebesar- besar nya kami ucapkan kepada Masyarakat serta staf Desa Jenggik Utara, Kecamatan Montong Gading, Kabupaten Lombok Timur, Ibu PKK, serta Kelompok Rumah Edukasi PMI Desa Jenggik Utara yang sudah bersedia jadi mitra kerja dalam serangkaian kegiatan aktivitas KKN yang sudah dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, D., Loviriani, S., Amanda, P. F., Putri, A. U., & Lazuarni, S. (2022). Pemanfaatan olahan singkong menjadi kue dalam meningkatkan kreativitas masyarakat di desa alai selatan. 6(September), 1582-1586.
- Eswanto E, M. R. dan T. S. (2019). Mesin Perajang Singkong Bagi Pengrajin Keripik. *Mekanik*, 5(2),73-79.
- Putri D. D., Wijayati. I. K. E., dan Zulkifli L. 2022. Pendampingan Strategi Pemasaran Produk Olahan Singkong "Gropak" Di Kabupaten Bayumas. *Jurnal Dinamika PEngabdian*. Vol. 7 No. 2. Hlm: 291-299.
- Mustanir, A., Hamid, H., & Syarifuddin, R. N., 2019, Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Desa Dalam Perencanaan Metode Partisipatif, *Jurnal MODERAT*, (5), 3, 227- 239.
- Roz, K., Dzul Hilmi, L., & Sa'diyah, C., 2020. Pendampingan Pengemasan Dan Pemasaran Pasca Panen Pada Kelompok Tani "Tani Maju 01" Di Bumiaji Kota Batu, *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, (3), 2, 70-75.
- Sariwati, A., Muh. Shofi, Lailatul Badriah, 2019, Pelatihan Pemanfaatan Limbah Botol Plastik Sebagai Media PertumbuhanTanaman Hidroponik, *Journal of Community Engagement and Employment*, (01), 01, 6-13.
- Sundoro, B. T. (2022). Pelatihan Pengolahan Singkong menjadi Olahan Keripik dan Donat di Desa Playen. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(2), 182-187.

<https://doi.org/10.24002/jai.v2i2.4510>

- Syaputra, S. A., Harahap, M., Mesin, P. T., Muhammadiyah, U., Utara, S., Mesin, D., Utara, U. S., Elektro, P. T., Teknik, A., Serdang, D., & Tanjungbalai, P. (2021). Review Mesin Pengiris Keripik Singkong. 2(2), 29-37.
- Widaningrum, I., 2013, Teknologi Pembuatan Tahu Yang Ramah Lingkungan (Bebas Limbah), Jurnal Dedikasi, (12), 14-21.
- Wuryantoro, Rosyantari, A., Adeel Ahmad Husain, Maradheta Amelia Yupita, Ria Savira, Yessy Kusuma Wati, Azizah Rizkyani, Rahma Khoirunnisa, Lilis Utari, Linda Pratami, Jimmy Areeva Amir van der Kruit, M Andre P Endyaswara, & Astami Muzakir. (2022). Pengembangan Produk Olahan Singkong Dan Gula Aren Desa Mekarsari Kecamatan Gunungsari. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 5(1), 310-315. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i1.1475>