

# Pelatihan Strategi Pengelolaan Usaha Produksi Keripik Pare Untuk Meningkatkan Penjualan Di Era Digital Di Desa Cibunar, Kecamatan Parung Panjang, Kabupaten Bogor

Weni Wijatmoko<sup>1</sup>, Adi Candra<sup>2</sup>, Heri Muryanto<sup>3</sup>

Universitas Pamulang

Kampus 3: Jl. Witana Harja No. 18b, Pamulang Barat, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417

e-mail: [dosen02437@unpam.ac.id](mailto:dosen02437@unpam.ac.id), [dosen01304@unpam.ac.id](mailto:dosen01304@unpam.ac.id), [dosen00913@unpam.ac.id](mailto:dosen00913@unpam.ac.id)

## **Abstrak/Abstract**

*Desa Cibunar, Kecamatan Parungpanjang, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, termasuk kategori desa berkembang namun tetap berupaya ingin setara dengan desa lain yang sudah maju. Kepala Desa Cibunar mengharapkan agar bisnis UMKM Keripik Pare di desanya menjadi salah satu unggulan potensial untuk meningkatkan sektor ekonominya. Tanaman buah sayur pare sangat mudah dibudidayakan di Desa Cibunar dan pasokannya tidak mengenal tempat dan cuaca. Namun, kendalanya adalah tidak efektifnya pemasaran produk keripik pare sehingga masyarakat masih sangsi untuk menekuni bisnis ini. Selama ini, pemasaran masih sangat sederhana yaitu melalui pasar tradisional dan "dari-mulut-ke-mulut". Padahal, di era digital sekarang terdapat alat periklanan pada media baru seperti Instagram ads, Youtube ads, Google ads, Tik-tok, Twitter, dsb., yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis UMKM agar makin banyak orang tahu mengenai usaha yang dikelola. Dengan pertimbangan tersebut, maka Dosen dan Mahasiswa dari Prodi Teknik Industri, Universitas Pamulang mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk memberikan pelatihan online-marketing khususnya untuk produk Keripik Pare. Kegiatan ini diharapkan dapat turut berkontribusi terhadap peningkatan penjualan produk keripik pare dari UMKM Desa Cibunar yang pada gilirannya akan meningkatkan tingkat ekonomi masyarakat. Kegiatan PKM diberikan dalam bentuk penyuluhan, pelatihan, diskusi dan praktek simulasi di Balai Desa.*

*Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini: 1) pelatihan telah dilaksanakan dengan baik yang dihadiri oleh 26 peserta yang merupakan para anggota penggiat produk keripik pare di wilayah Desa Cibunar; 2) peserta memberikan respon positif dan memahami materi pelatihan dengan baik karena materi sesuai dengan kebutuhan dan ada kejelasan dari manfaat serta peluang bisnisnya; 3) para peserta pelatihan mendapatkan pengetahuan yang baru dan berharap kegiatan pelatihan ini dilanjutkan pada kesempatan yang akan datang; 4) hasil evaluasi dari pelaksanaan pelatihan ini, lebih dari 95% peserta memahami penggunaan teknik pemasaran on-line untuk peningkatan penjualan produk komoditi mereka.*

*Kata kunci: UMKM keripik pare, penjualan era digital, aplikasi online*

## 1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitarnya dan sudah terbukti dapat berperan membantu pemerintah dalam upaya mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Untuk data tahun-tahun berikutnya diperkirakan tidak jauh berbeda, meskipun dalam 2 tahun terakhir merebak pandemic virus Covid-19. Selanjutnya, fakta juga menunjukkan bahwa beberapa UKM tidak hanya berkiprah di pasar domestik, melainkan bahkan sudah masuk ke pasar internasional. Hal ini tentu membawa keuntungan bagi negara melalui kontribusi terhadap peningkatan devisa atau valuta asing.

Potensi penting lain dari sector UKM adalah bahwa bisnis ini dapat memanfaatkan berbagai sumber daya alam (SDA) yang potensial di daerah yang belum diolah secara komersial sehingga UKM dapat berkontribusi dan membantu mengolah SDA yang ada di lokasi sekitar UKM. Pada gilirannya ini dapat berkontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Namun UMKM bukan tanpa masalah, di antaranya adalah modal yang terbatas, belum memiliki badan hukum yang jelas, rendahnya kesadaran membayar pajak, kurangnya inovasi, dan banyak yang gagap teknologi. Dua masalah tersebut terakhir saling terkait erat, meskipun kelima masalah tersebut tentu tidak bisa dilepaskan satu dari yang lain. Kedua masalah terakhir ini menjadi salah satu sebab rendahnya tingkat penjualan produksi UMKM, yang pada akhirnya UMKM akan terancam kebangkrutan.

Kekhawatiran mengenai keberlanjutan usaha ini menjadi penghalang bagi usaha Keripik Pare di Desa Cibunar, Kecamatan Parung Panjang, Kabupaten Bogor. Perlu diketahui bahwa Keripik Pare hendak dijadikan komoditi unggulan dari desa Cibunar, namun sampai saat ini keinginan tersebut masih menjadi hal yang meragukan mengingat kurang efektifnya pemasaran produk Keripik Pare mereka meskipun tanaman buah sayur pare memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Desa Cibunar, Bapak H. Sarjono, dalam sambutannya ketika memberi sambutan dalam Pembukaan Acara PKM.

Pemilihan buah sayur pare untuk dijadikan komoditi UMKM di Desa Cibunar sudah tepat. Pertama, buah pare sudah umum dikenal di Indonesia sebagai tanaman sayur yang mudah tumbuh di segala musim dan di seluruh wilayah Indonesia. Dengan demikian ketersediaan pasokannya tidak perlu diragukan lagi. Kedua, banyak cara untuk mengolah buah pare menjadi makanan harian maupun sebagai cemilan dalam bentuk keripik. Rasa buah pare memang khas pahitnya namun dengan berbagai ramuan dapat diterima lidah menjadi rasa gurih, asin, pedas, manis, aroma bawang, dan aroma lainnya. Selanjutnya, buah sayur pare memang dikenal dan sudah dibuktikan secara klinis akan manfaatnya bagi kesehatan sehingga rasa yang agak pahit ini pun akan diabaikan mengingat manfaatnya bagi kesehatan. Di antara manfaatnya dapat disebutkan sebagai berikut.

Pertama, pare dapat membantu menurunkan berat badan dikarenakan kandungan rendah kalori. Pare juga mengandung banyak serat yang dapat membantu membuat perut merasa kenyang dalam waktu yang cukup lama. Sebuah penelitian terbitan *Nutrition Journal* mengungkapkan bahwa pare mampu meningkatkan pembakaran dan mengurangi kadar lemak di perut. Selain itu pare mengandung charantin yang berguna untuk meningkatkan penyerapan glukosa dan sintesis glukogen. Hal ini membuat sel-sel lemak pada tubuh akan berkurang sehingga berat tubuh pada manusia bisa turun lebih baik.

Kedua, pare dapat menurunkan kadar gula, sehingga sangat membantu para penderita kadar gula tinggi atau *diabetes*. Penyebabnya adalah karena pare bisa merangsang insulin dan meningkatkan proses pencernaan gula didalam tubuh. Selain itu, pare juga mampu menurunkan *fruktosamin* dalam tubuh sehingga bisa membantu kita mengatur kadar gula darah dalam jangka waktu panjang.

Ketiga, buah pare yang dapat menurunkan kolesterol. *Pakistan Journal of Pharmaceutical Sciences*, melaporkan bahwa tikus mengalami penurunan kadar kolesterol jahat (LDL) dan trigliserida selama mereka mengkonsumsi pare. Kadar LDL dan trigliserida yang rendah sangat diperlukan bagi kesehatan jantung.

Hal lain yang menjadikan pare banyak digemari adalah karena memiliki khasiat dapat mengatasi kanker. Pare dipercaya dapat membunuh sel kanker di dalam usus besar, nasofaring, lambung dan paru-paru. Disamping itu pare juga dapat menghambat penyebaran dan pertumbuhan sel kanker payudara.

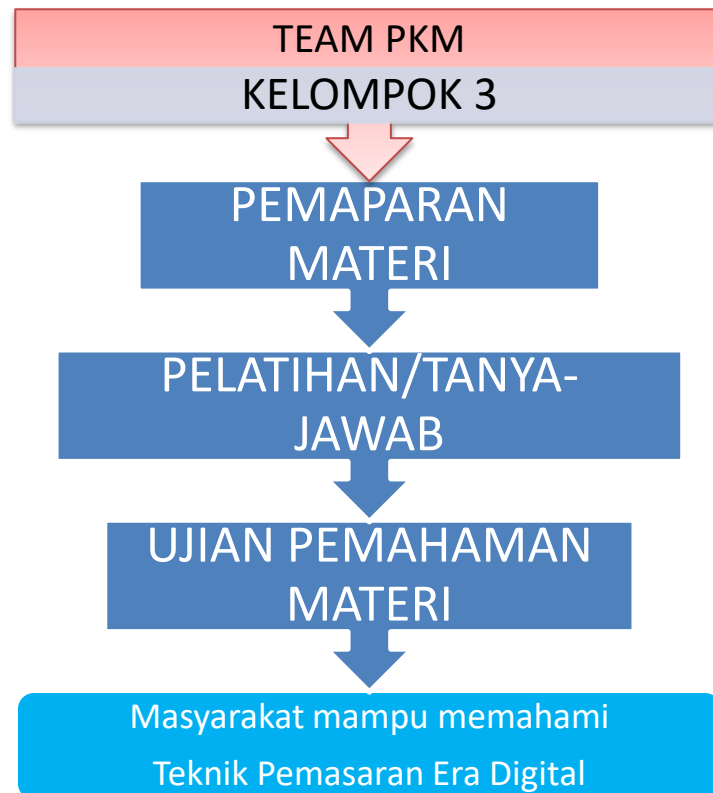
Namun, terlepas dari banyak manfaatnya, sebagaimana telah tersebut di atas, Desa Cibunar belum secara meyakinkan akan mengembangkan UMKM dengan keripik pare sebagai komoditinya mengingat keraguan akan pemasarannya. Dengan mempertimbangkan masalah tersebut, maka Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM), Program Studi Teknik Industri, Universitas Pamulang (UNPAM) Kelompok 3 yang terdiri atas 3 orang dosen dan 2 mahasiswa terpanggil untuk mengatasi masalah tersebut melalui kegiatan PKM dengan judul “*Pelatihan Strategi Pengelolaan Usaha Produksi Keripik Pare untuk Meningkatkan Penjualan di Era Digital di Desa Cibunar, Kecamatan Parung Panjang, Kabupaten Bogor*”.

Dalam judul di atas, yang dimaksud Penjualan di Era Digital adalah penjualan dengan memanfaatkan teknologi informasi yang dewasa ini berkembang begitu pesat, khususnya penggunaan perangkat *hand-phone* sebagai alat social media. Dunia digital saat ini memiliki banyak sekali manfaat termasuk dalam perkembangan UMKM dengan memanfaatkan penggunaan *internet* sebagai alat pemasaran. Promosi atau iklan merupakan cara terbaik dalam melakukan perluasan target pasar usaha sehingga informasi tersampaikan pada seluruh pengguna *internet* sesuai dengan segmentasi tertentu. Saat ini terdapat alat periklanan pada media baru seperti *instagram ads*, *youtube ads*, *google ads*, dan masih banyak lagi. Teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis UMKM agar makin banyak orang yang tahu mengenai usaha yang dikelola. Dengan pertimbangan tersebut, maka kami menilai tepat judul kegiatan PKM tersebut.

## 2. METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1. Metode ceramah, digunakan untuk menyampaikan materi yang terkait dengan latar belakang trend perkembangan teknologi informasi sampai munculnya teknik *pemasaran era digital*, manfaat dari teknik *on-line marketing*, perangkat yang diperlukan untuk *on-line marketing*, serta strategi untuk implementasi pemasaran *on-line*.
2. Metode diskusi dan tanya jawab untuk memberikan kesempatan kepada peserta agar lebih memahami hal-hal yang terkait dengan *on-line marketing*.
3. Metode demonstrasi, dimana anggota pengabdian di bawah supervisi instruktur memberi contoh berbagai *platform* aplikasi *on-line* yang tersedia saat ini di media sosial berbasis penggunaan *hand-phone*.
4. Di akhir kegiatan pelatihan dilakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman peserta mengenai materi yang diberikan. Evaluasi ini penting untuk mengetahui apakah PKM yang dilaksanakan mencapai sasaran atau tidak.



Gambar 2.1 Kerangka Pemecahan Masalah

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **Lokasi Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Kegiatan PKM dilakukan di Desa Cibunar. Kondisi Desa Cibunar pada umumnya sama dengan desa-desa yang lain yang ada di wilayah Kecamatan Parungpanjang, Kabupaten Bogor, Propinsi Jawa Barat dengan kategori Desa Berkembang, mengingat peran Kepala Desa saat ini yang sangat intens terhadap kemajuan desanya. Dalam periode perkembangannya, Desa Cibunar tetap berupaya ingin setara dengan desa-desa yang sudah maju.

Secara umum Desa Cibunar memiliki akses lalulintas yang sangat baik yang kondusif untuk menunjang pengembangan baik di bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, bidang keamanan-ketertiban, sosial maupun budaya.



Gambar 3. 1 Foto Bersama saat pelaksanaan PKM



Gambar 3. 2 Foto Presentasi materi



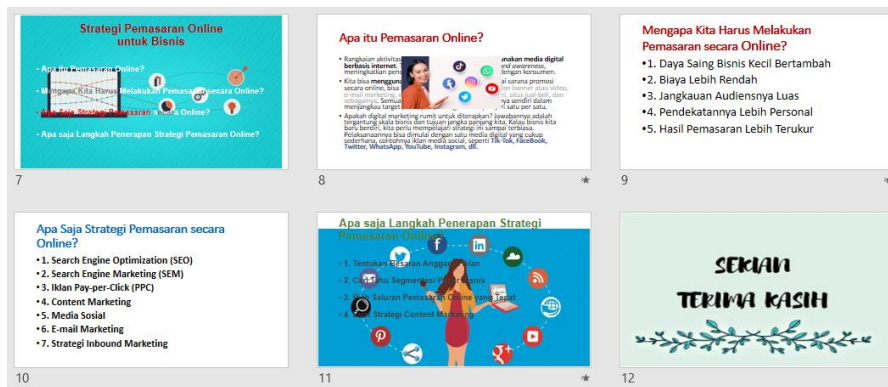
Gambar 3. 3 Foto penyerahan sertifikat setelah pemaparan materi

**Manfaat yang diharapkan**

1. Mendorong masyarakat Desa Cibunar untuk mencoba *online marketing*.
2. Mengajak para pebisnis UMKM Keripik Pare untuk memanfaatkan fasilitas internet.
3. Memberikan informasi bahwa *on-line marketing* tidak sesulit yang dibayangkan
4. Memberikan informasi bahwa online marketing tidak membutuhkan biaya investasi semahal metode pemasaran tradisional.

**Materi Pengabdian Kepada Masyarakat**

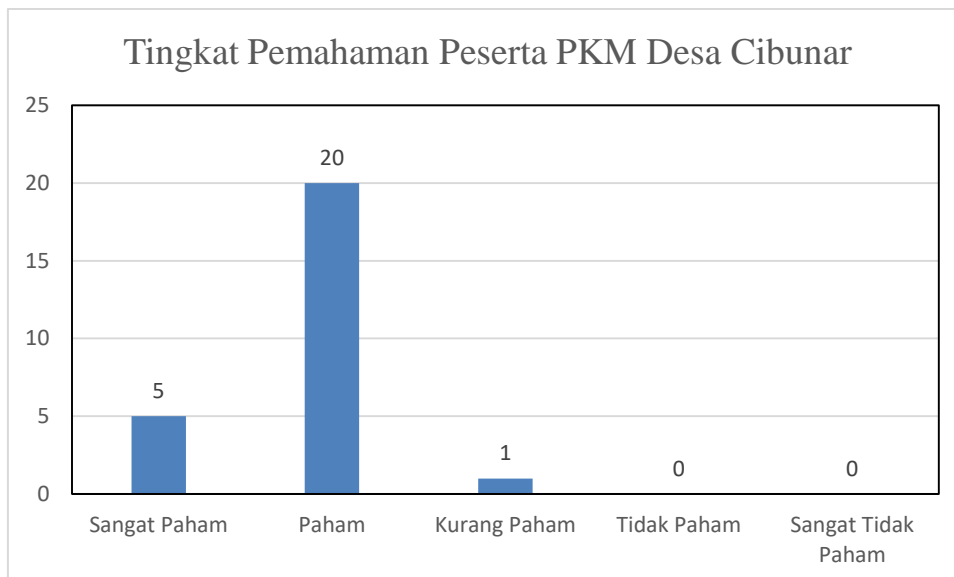
Gambar 3. 4 Materi PKM



Gambar 3. 5 Materi PKM

**Hasil Pengabdian Dalam Bentuk Diagram**

Hasil Pengabdian yang diperoleh disajikan dalam bentuk tingkat pemahaman materi bagi para peserta pelatihan PKM yaitu sebagai berikut:



Kurva 3. 1 Efektifitas PKM dan Pemahaman Peserta

**Evaluasi Pengabdian Kepada Masyarakat**

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 26 responden masyarakat di desa Cibunar, Bogor yang mengikuti sosialisasi, tingkat pemahaman materi PKM adalah: 5 orang responden Sangat Paham atau 19,2%, 20 orang Paham atau 76,9 %, 1 orang Kurang Paham atau 3,9%.

**4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Penyuluhan kepada masyarakat Desa Cibunar, Parung Panjang, Bogor, dalam memahami penggunaan *sosmed* untuk pemasaran produk keripik pare secara *online* cukup berjalan dengan baik.
2. PKM Prodi Teknik Industri, Universitas UNPAM membantu menciptakan pemahaman dalam merancang, memulai, menjalankan dan mengembangkan inovasi bisnis murah dan mudah di Desa Cibunar, Parung Panjang, Bogor. Dengan melihat hasil kuesioner responden yang 5 orang responden Sangat Paham atau 19,2%, 20 orang Paham atau 76,9 %, 1 orang Kurang Paham atau 3,9%, maka para responden

bisa mengerti, memahami cara-cara dan langkah-langkah dalam menjalankan metode *online marketing*.

## 5. SARAN

Beberapa saran dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Untuk dapat lebih memahami penggunaan beberapa aplikasi social media sebagai sarana untuk pemasaran produk keripik pare perlu dilakukan penyuluhan lebih lanjut dan kontinyu misalnya praktek langsung pembuatan konten baik melalui aplikasi *Youtube, Tik-tok, Twitter, Instagram, WhatsApp*, dsb.
2. Untuk menumbuhkan jiwa bisnis, masyarakat desa Cibunar perlu segera memulai menjalankan bisnis UMKM yang selanjutnya dikembangkan dengan proses produksi keripik pare serta dipasarkan melalui penggunaan *hand-phone* dan/atau *notebook* atau PC sebagai alat pemasaran *online*.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang, LPPM Universitas Pamulang, seluruh panitia, rekan-rekan dosen, mahasiswa dan kepada masyarakat Desa Cibunar yang telah turut serta dan memberi dukungan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Cibunar, Kecamatan Parungpanjang, Kabupaten Bogor, Propinsi Jawa Barat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Pebriani N., Anjar A. (2019), "*Perananan Kepala Desa Dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Publik (Studi: Didesa Pulo Barget)*", CIVITAS (ISSN: 2460-611), Vol. 1 No. 1 Maret 2019, hal: 22-26.
- Darwin (2022) "*Mengenal Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*", dipetik dari: <https://www.julo.co.id/blog/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia>
- Peran Penting UMKM dalam Ancaman Isu Resesi, dipetik dari: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi.html#:~:text=Berdasarkan%20Data%20Kementerian,investasi%20di%20Indonesia.>
- Sandi, F. B. (2023) "*5 Permasalahan UMKM yang Sering Terjadi dan Solusinya*", dipetik dari: <https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/permasalahan-umkm#:~:text=yang%20didapat%20dengan-,menghitung,-pajak%20UMKM%20di>
- Anastasia, T (2021) "*Manfaat Potensial Pare untuk Penanganan Kanker*", dipetik dari: <https://www.klikdokter.com/info-sehat/kanker/manfaat-potensial-pare-untuk-penanganan-kanker>
- Qingfeng He, Yanjie Li, Hong Li, Pingping Zhang, Ailin Zhang and Lingling You (2018) "*Hypolipidemic and antioxidant potential of bitter melon (*Momordica charantia* L.) leaf in mice fed on a high-fat diet*"