



## **KONSELING PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK INOVATIF DISTRIKTIF MENUJU UMKM TANGGUH DAN BERKELANJUTAN DI DESA MARGAWANGI KECAMATAN LEUWIDAMAR KABUPATEN LEBAK**

**Abdul Aziz<sup>1</sup>, Tonny Veriz P<sup>2</sup>, Ariviyansyah Akbar<sup>3</sup>, Fathur Rohman<sup>4</sup>, Mila Rahmawati<sup>5</sup>, Siti Maryam<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Indonesia

E-mail: [azizkakang82@gmail.com](mailto:azizkakang82@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [widiyatimella@gmail.com](mailto:widiyatimella@gmail.com)<sup>2</sup>, [ariviyansyah.akbar@gmail.com](mailto:ariviyansyah.akbar@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[fathuerrochman.21@gmail.com](mailto:fathuerrochman.21@gmail.com)<sup>4</sup>, [milatanjung03@gmail.com](mailto:milatanjung03@gmail.com)<sup>5</sup>, [sitimaryam6866@gmail.com](mailto:sitimaryam6866@gmail.com)<sup>6</sup>

### **Abstract**

*Banana crackers, processed jengkol and woven from bamboo are MSME businesses in Margasari Village, Kec. Leuwidamar Kab. Lebak Prov. Banten which is traditionally managed by women who have expertise in making crackers after completing their duties as housewives. By providing several variants according to buyer demand, both small, medium, and large variants which are still marketed traditionally (the deposit system) without any promotions either through digital or other media. The method that the author uses is to provide an understanding to the manager of these crackers how to increase sales with digital media or using Smartphones. The author's submission is done orally and also the practice of using social media such as Facebook, Instagram, Youtube and others. The result of this counseling is the emergence of a deep understanding that today's marketing has been done digitally and this saves a lot of time with the reach of buyers outside Margasari Village, Kec. Leuwidamar. MSMEs banana crackers, processed jengkol and woven from bamboo in general are very promising to support the family economy of each manager, what must be done is obtaining permits, repacking, and variants that attract buyers as well as technological support in processing raw materials to finished goods.*

**Keywords:** Marketing, E-commerce Marketplace, Margawangi Village

### **Abstrak**

Kerupuk pisang, olahan jengkol dan anyaman dari bahan bambu adalah usaha UMKM Desa Margasari Kec. Leuwidamar Kab. Lebak Prov. Banten yang dikelola secara tradisional oleh ibu-ibu yang memiliki keahlian dalam membuat kerupuk setelah menyelesaikan tugas sebagai Ibu Rumah Tangga. Dengan menyediakan beberapa varian sesuai dengan permintaan pembeli baik varian kecil, sedang, maupun besar yang masih dipasarkan secara tradisional (sistem titip) tanpa adanya promosi baik melalui digital maupun media lainnya. Metode yang penulis lakukan adalah memberikan pemahaman kepada pengelola kerupuk ini bagaimana meningkatkan penjualan dengan media digital maupun memanfaatkan Smartphone. Penyampaian penulis lakukan secara oral dan juga praktek penggunaan media sosial seperti Facabook, Intagram, Youtube dan lainnya. Hasil dari penyuluhan ini adalah timbulnya pemahaman mendalam bahwa pemasaran dewasa ini sudah dilakukan secara digital dan ini menghemat banyak waktu dengan jangkauan pembeli diluar Desa Margasari Kec. Leuwidamar. UMKM kerupuk pisang, olahan jengkol dan anyaman dari bahan bambu secara umum sangat menjanjikan untuk menopang ekonomi keluarga masing-masing pengelola, yang harus dilakukan adalah pengurusan ijin, repacking, dan varian yang menarik minat pembeli serta dukungan teknologi dalam pengolahan bahan baku sampai barang jadi.

**Kata kunci:** E-commerce, Desa Margawangi, Marketplace, Pelaku UMKM

---

### **LATAR BELAKANG PELAKSANAAN**

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penguatan ekonomi secara nasional, terutama dalam memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Peran strategis UMKM adalah mendorong proses pemerataan

dan peningkatan pendapatan masyarakat, pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional.

Meskipun UMKM telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal, dalam hal produksi, branding (merek), packaging (pengemasan), pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha.

Sehubungan dengan hal tersebut, dalam menghadapi Era Disruptif perlu dilakukan sebuah upaya sinergis yang melibatkan berbagai pihak untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM. Dengan semakin baiknya kualitas UMKM, maka diharapkan akan semakin baik pula efek ganda (*multiplier effects*) terhadap penyerapan tenaga kerja. Dengan demikian, UMKM benar-benar mampu memberikan kontribusi signifikan, tidak saja untuk pertumbuhan namun juga pemerataan ekonomi nasional.

Pentingnya pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sudah saatnya dikedepankan karena UMKM merupakan usaha yang bebas hambatan dan tahan terhadap perubahan dan dinamika perubahan lingkungan dan global, di Indonesia, UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, juga memiliki kontribusi yang penting dalam mengatasi masalah pengangguran(Muhammad Dahlan, 2017).

Kades Bpk. H. Sumitra Fakot beserta Ibu Siti Maemunah, Sutiah dan Edah selaku pelaku UMKM menyatakan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Margasari Kec. Leuwidamar Kab. Lebak Prov. Banten masih sulit berkembang, sedikitnya karena empat masalah ekonomi. Pertama, nilai ekonominya kurang kompetitif di pasaran karena faktor keilmuan dan pengalaman. Lalu, kapasitas produksinya masih kurang ditambah keterbatasan pemasaran yg belum inovatif disruptif. Terakhir namun yang paling utama, adalah keterbatasan modal, salah satunya karena tidak *bankable*. Ada masalah lain seperti *unbalanced program*, di mana kredit usaha rakyat atau bansos untuk UMKM dikucurkan besar-besaran dari pemerintah. Tapi, produksi yang meningkat tidak diimbangi dengan pemasaran. Mengenai kecilnya skala ekonomi, hal itu disebabkan oleh pemasaran yang kurang efektif sehingga pembiayaan menjadi tidak efisien.

Untuk mengatasinya permasalahan-permasalahan tersebut, Pembimbing KKM dan PkM beserta Mahasiswa/i KKM kolaborasi dengan Kepala Desa Margasari beserta staffnya melakukan edukasi atau konseling khususnya terkait strategi pengembangan kualitas produk dan pemasaran inovatif menuju UMKM tangguh dan berkelanjutan pada era disruptif dengan terus memanfaatkan ekonomi *digital* atau *e-commerce* untuk memperluas pasar. Penguasaan teknologi informasi dan komunikasi akan mempermudah pelaku usaha meningkatkan pemasaran produknya.

Dengan harapan setelah program KKM dan PkM kolaborasi Mahasiswa dan Dosen, pelaku UMKM dan masyarakat di Desa Margawangi mampu memahami ilmu teknopreneur, *branding*, *packaging* dan pemasaran lebih *inovatif* menuju UMKM tangguh dan berkelanjutan pada era disruptif di Desa Margawangi Kec. Leuwidamar Kab. Lebak Prov. Banten. Pada akhirnya berdampak pada kinerja dan pertumbuhan dan kinerja UMKM terus meningkat serta dapat terciptanya hubungan simbiosis antara

akademika kampus UNIBA (Universitas Bina Bangsa) Serang Banten dengan masyarakat di sekitar kampus dan masyarakat jauh dari kampus, maka untuk jangka panjang dapat meningkatkan ekonomi kawasan dan masyarakat di Desa Margawangi.



Gambar 1 Kegiatan Konseling Peningkatan Pemasaran Produk Inovatif Destruktif

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang dipilih dalam KKM dan PkM kolaborasi Mahasiswa dan Dosen ini antara lain, metode Konsultasi dan Subtitusi IPTEKS.

Tempat dan Waktu Pengabdian. Kegiatan ini dilaksanakan mengikuti lamanya masa KKM (Kuliah Kerja Mahasiswa) Kampus yaitu dua bulan yang dimulai dari tanggal 18 Juli sampai dengan 29 Agustus 2022. Kegiatan yang meliputi survey, persiapan, pengumpulan data, menganalisis data, dan penyusunan laporan. Waktu dan kegiatan ini bersifat fleksibel. Tempat (Objek) pada penelitian ini yaitu produk kerupuk pisang, keripik jengkol dan anyaman dari bahan bambu yang terletak di Desa Margawangi Kec. Leuwidamar Kab. Lebak Prov. Banten.

Jenis Pengumpulan Data, Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Subyek. Untuk Sumber Data yang digunakan adalah Data primer dan Data Sekunder

### a. Data Primer

Sumber Data Primer diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Informan adalah orang yang dimintai keterangan tentang suatu fakta atau pendapat melalui Tanya jawab/ wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah kelompok usaha produk kerupuk pisang, keripik jengkol dan anyaman dari bahan bambu. Dalam penelitian ini Data Primer yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan para informan selama di lapangan.

### b. Data Sekunder

Data Sekunder didapat dari objek mengenai sejarah, profil, peraturan dan kebijakan, serta dokumentasi kegiatan- kegiatan yang berkaitan dengan tempat usaha ekonomi kreatif di Desa Margawangi Kec. Leuwidamar Kab. Lebak Prov. Banten.

Teknik Pengumpulan Data Studi Lapangan, Penelitian lapangan merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mengadakan peninjauan dan penelitian langung di lapangan.

c. Observasi

Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam memproduksi produk kerupuk pisang, keripik jengkol dan anyaman dari bahan bambu, peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung. Dalam hal ini peneliti terjun ke lapangan mencari berbagaiinformasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini bersifat rill atau fakta dan sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan.

d. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai media dalam mengumpulkan data agar dapat menggaliatau memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuan penelitian, antara lain mengenai bagaimana sumber daya manusia yang dilakukan oleh kelompok usaha sekam bakar padi, peneliti langsung mencari informan yang menurutnya berkaitan dengan apa produk kerupuk pisang, keripik jengkol dan anyaman dari bahan bamboo.

e. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara memotret keadaan dan proses yang sedang dilakukan di kelompok kerupuk pisang, keripik jengkol dan anyaman dari bahan bamboo sebagai bukti nyata bahwa peneliti benar-benar meneliti tempat tersebut. Dokumentasi dapat digunakan sebagai bahan acuan dan data awal dalam melakukan wawancara dengan melakukan penelusuran tentang kegiatan yang terjadi dalam data yang ada melalui observasi dan wawancara, sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan pendamping dari informasi yang telah diperoleh sebelumnya melalui observasi dan wawancara.

f. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, internet, dan sumber-sumber lain.

## **PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN**

Berikut proses pembuatan kerupuk pisang diawali dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Panaskan air 3 gelas kedalam wajan.
2. Masukan Aci kedalam panci /wadah buat di tajin 1/4 ditambah air 2 gelas.
3. Haluskan Pisang ambon/ nangka 1 sisir kedalam blender.
4. Setelah air yg dipanaskan tadi mendidih masukan Aci yang di tajin ke dalam wajan lalu diaduk sampai mengental.
5. Setelah adonan mengental, tuang kedalam panci /wadah , lalu masukan Aci 1 kilo kemudian di aduk hingga tercampur rata.
6. Setelah adonan tercampur rata dilanjutkan ke proses pembentukan/pencetakan.

7. Selanjutnya setelah selesai proses pembentukan ,masuk ke proses pengukusan dengan mengoleskan sedikit minyak supaya tidak lengket , dengan memakan waktu selama 20-30 menit, jika sudah matang maka tiriskan.
8. Kemudian masuk ke proses pemotongan, pemotongan juga harus tipis tidak boleh terlalu tebal, Supaya nnt ketika proses penjemuran bisa cepat dan tidak memakan waktu lama.

Adapun proses pembuatan anyaman bambu, yaitu:

1. Mengambil bambu secukupnya, kemudian Menjemur bambu 1-2 hari.
2. Potong bambu sesuai ukuran yang ingin dibuat (kipas tangan, nampan, haseupan).
3. Belah bambu menjadi beberapa bagian, dan pisahkan antara bagian luar bambu dan bagian dalam bamboo.
4. Belah kembali bagian dalam bambu ke beberapa bagian dibelah sampai setipis mungkin ( 1/2 cm).
5. Selanjutnya masuk ketahap penganyaman.
6. Ketika anyaman sudah terbentuk. Selanjutnya membuat selangkar bambu yang dibentuknya sampai bulat.
7. Jika selangkar sudah dibuat maka anyaman dan selangkar di ikat pake tali rapia supaya anyaman lebih terlihat rapih

Selanjutnya, proses pembuatan kerupuk jengkol, yaitu :

- 1) Bersihkan jengkol terlebih dahulu.
- 2) Pisahkan jengkol dengan kulitnya (dibelah dua).
- 3) Panaskan air secukupnya lalu berikan garam sedikit.
- 4) Masukan jengkol yg sudah di bersihkan tadi kedalam air yg mendidih tunggu hingga 45 menit.
- 5) Setelah itu tiriskan jengkol yang sudah direbus ,diamkan 15 menit.
- 6) Kemudian jengkol tersebut di geprek merata tetapi tidak boleh sampai hancur.
- 7) Selanjutnya jengkol tersebut dijemur/ dikeringkan dibawah sinar matahari sampai kering merata.

Sedangkan cara pembuatan pestisida nabati untuk hama, yaitu:

1. Haluskan semua bahan,
2. Lalu di blender dan tambahkan air secukupnya (air sumur).
3. Kemudian disaring.
4. Dan ditaro didalam botol
5. Kemudian diamkan selama 1-2 hari.



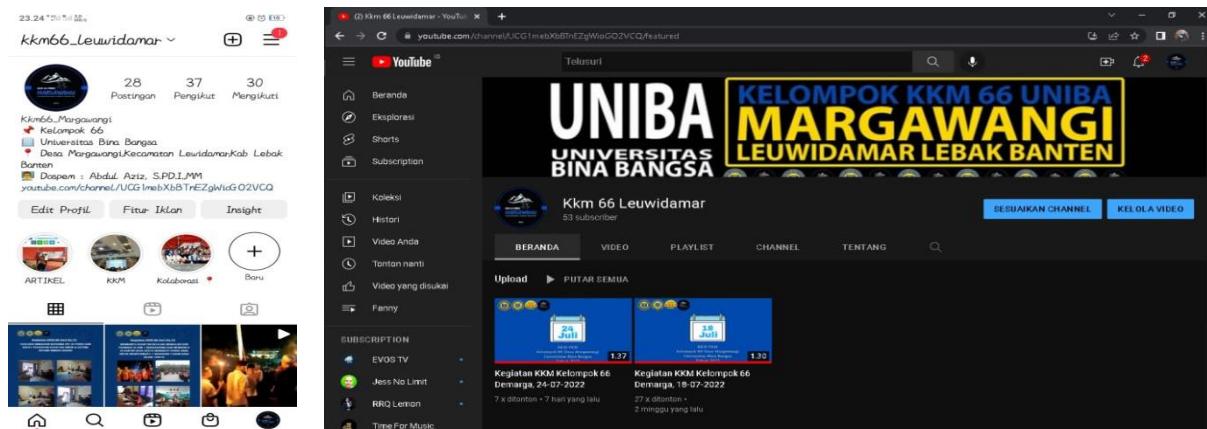
Gambar 2 Proses Pembuatan Produk Olahan Jengkol, Kerupuk Pisang, Anyaman Bambu dan Pestisida Nabati

Beberapa langkah menuju pemberdayaan masyarakat terutama dalam manajemen pemasaran adalah: (1) Menyiapkan produk yang akan ditampilkan di media sosial (2) menentukan target dan jenis media sosial yang digunakan sebagai sarana pemasaran.

Disebutkan pula bahwa konsep *digital marketing* ‘pemasaran digital’ adalah strategi atau trobosan baru untuk menembus pasar bebas sehingga produk UMKM di Indonesia dapat secara aktif terlibat memasarkan produknya bukan di dalam negeri tetapi juga dilakukan keluar negeri. Selain itu dengan pemanfaatan media sosial, pelaku UMKM dapat keuntungan lebih, mereka juga mendapat melakukan hubungan intrens karena sebagian masyarakat cenderung menghabiskan waktu di media sosial, sehingga pelaku UMKM dapat memperoleh capaian target dan sekaligus dapat sehingga dapat meningkatkan ekonomi.

Kegitan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) kolaborasi Mahasiswa dan Dosen di Desa Margawangi Kec. Leuwidamar Kab. Lebak Prov. Banten. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan pada warga mengalami banyak kendala atau hambatan dalam mengembangkan inovasi dan strategi pemasaran *digital marketing* ‘pemasaran digital’ dalam Usaha Kecil Menengah (UKM). Adapun pada Table.1 yang akan menjelaskan kendala-kendala permasalahan yang dialami ,yang akhirnya dilaksanakanya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Setelah mengetahui pokok permasalahan yang akan dikerjakan, selanjutnya tim bersama pembimbing memastikan rencana program dan kegiatan yang sudah direncanakan. Berdasarkan realisasi program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, secara keseluruhan telah sesuai rencana kerja yang telah disusun.

Selain itu promosi yang dilakukan lewat Instagram melalui media sosial bertujuan agar ini berjalan dengan lancar dan dikenal lebih luas lagi. Lewat media sosial kita juga tidak hanya mempromosikan tetapi juga memberi edukasi pada konsumen.

Gambar 3 Media Pemasaran Produk Berbasis *Digital Marketing* ‘Pemasaran Online’

Tabel 1 Pokok Permasalahan yang Diselesaikan

No	Pemasalahan	Solusi Permasalahan
1	Kurangnya peningkatan pemasaran produk inovatif distruptif di Desa Margawangi Kecamatan Leuwidamar, tetapi sumber daya alamnya sangat berlimpah	Mengadakan Kegiatan Konseling Peningkatan Pemasaran Produk UMKM secara inovatif distruptif agar potensi alam desa lebih komersil kualitasnya.
2	Kurangnya kemampuan warga Desa Margawangi dalam memanfaatkan media promosi produk UMKM dengan teknologi digital	Dilaksankannya edukasi operasional Instagram, youtube dan market place lainnya untuk warga Desa Margawangi

Dewasa ini perkembangan dari segala aspek kehidupan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini sering dengan semakin meningkatnya tingkat kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini merupakan alasan yang mendasar bagi suatu usaha UMKM kreatif inovatif destruktif khususnya untuk menciptakan suatu produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut dengan peningkatan pemasaran produk yang serba *marketing digital*. Tentunya agar suatu produk UMKM yang dihasilkan oleh para pengusaha usaha tersebut dapat dikenal oleh konsumen, maka usaha UMKM tersebut harus melakukan berbagai upaya. Dan salah satu upaya yang terpenting adalah pemasaran, khususnya dalam peningkatan inovasi dan dilanjutnya dengan promosi melalui *digital marketing* ‘pemasaran online’ (Philip Kotler, 2002).

Dalam peningkatan pemasaran produk inovatif destruktif, manajemen masyarakat UMKM ‘kerupuk pisang, olahan jengkol dan anyaman dari bahan bambu’ di Desa Margawangi, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Serang, tidak terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi dalam menentukan kombinasi yang terbaik dari variable-variabel promotion mix. Menurut J. Stanton faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan promosi dengan cara *digital marketing* ‘pemasaran online’ sebagai berikut : dana yang tersedia, sifat pasar, sifat produk dan tahap dalam daur hidup produk

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) kolaborasi Mahasiswa dan Dosen di Desa Margawangi Kec. Leuwidamar Kab. Lebak Prov. Banten” ini dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran diantaranya yaitu:

1. Masyarakat khususnya para pelaku UMKM mendapatkan banyak informasi dan edukasi tentang *e-commerce* dan dampak serta perkembangannya bagi usaha mereka.
2. Mendorong masyarakat dan para pelaku UMKM untuk lebih mengenal berbagai jenis *marketplace* yang bisa mereka gunakan untuk mengembangkan usaha mereka dan membuka pemahaman tentang kemudahan serta manfaat yang akan diperoleh dalam berjualan secara online melalui *marketplace* yang tersedia
3. Diharapkan masyarakat khususnya para pelaku UMKM dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah diberikan dalam pelatihan untuk membuat akun *Shopee* sebagai wadah promosi demi peningkatan pemasaran produk.
4. Dengan melakukan pendampingan terhadap salah satu produk UMKM yaitu “kerupuk pisang, olahan jengkol dan anyaman dari bahan bambu” diharapkan pelaku UMKM lainnya yang ada di Desa Margawangi dapat termotivasi untuk memasarkan produknya secara lebih luas memanfaatkan *marketplace* yang ada serta melakukan inovasi dan modifikasi terhadap produknya agar usahanya lebih maju dan berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, Syaeful. 2020. Journal Of Community Services In Humanities And Social Sciences. *Jurnal Loyalitas Sosial*. Vol 2 No.2 september 2020. Scholar.google.co.id.
- Dahlan, Muhammad. 2017. Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1, No. 2, April 2017: 81-86.
- Fatikhhatul ulia, laila. 2020. Jurnal pengabdian masyarakat bidang ekonomi. Jumat. vol.1, No.1, Desember2020 Hal. 20-22 e-ISSN:2774-6755. *E-journal.unwaha.ac.id*.
- Hadiion Wijoyo, Haudi. 2020. Penyuluhan Teknik Pemasaran Kerupuk Jengkol “Dong Dong Snack” Pekan Baru. *Prosiding Senantiasa*. Vol. 1 No. 1, Desember 2020.
- Haryanto, Taufik.,Sadewi Ayu, fungki., & Maulida Gofiruli, Bima. R.2020. Pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran global untuk meningkatkan penjualan produksi pada home industry. *Community Empowerment*. journal.unimma.ac.id.
- Laporan Kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa Bidang Ekonomi, Universitas Bina Bangsa (KKM 2021, kelompok 66 desa Margawangi. Kecamatan Leuwidamar)
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Prenhallindo. Edisi Milenium.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga. Edisi Keduabelas.
- Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing In Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media