



Artikel ini terdapat di <http://journal.uim.ac.id/index.php/darmabakti>

DARMABAKTI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Kripik Pisang dari Pasar Lokal ke Pasar Global Guna Meningkatkan Pendapatan Perekonomian

Mohammad Amiruddin^{1,*}, Fitria Cahyani¹, Moh. Arfa Ismail¹, Camelia Risna Anggraini¹

¹ Universitas Madura

Alamat e-mail: amiruddin@unira.ac.id

Informasi Artikel

Kata Kunci :

Kripik
Pisang
Pasar Lokal
Pasar global
Ekonomi

Keyword :

Chips
Bananas
local market
global market
economy

Abstrak

Masyarakat di Desa Durbuk belum dapat memanfaatkan produk pertanian pisang dengan baik; masyarakat punya kecenderungan menjual langsung pisang yang mereka hasilkan kepada tengkulak dengan harga yang relative murah. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan website dan mendaftarkan produk kripik pisang di market place sebagai tehnik marketing guna meningkatkan perekonomian masyarakat selama satu bulan Kuliah kerja nyata di Durbuk. Tahapan-tahapan dalam kegiatan ini adalah (1) penyelenggaraan pembuatan kripik pisang, (2) pendampingan cara pembuatan kripik pisang yang menarik dan dapat menarik pasar, (3) pendampingan penggunaan website dan market place sebagai tehnik marketing (3) Evaluasi kegiatan dilakukan dengan cara melihat hasil laporan penjualan dari masyarakat apakah ada omset kenaikan pada saat menggunakan tehnik marketing yang modern yaitu dengan menggunakan website/dilakukan secara online. Kripik pisang, yang terbuat dari irisan tipis pisang yang dikeringkan dan digoreng, telah menarik perhatian dan selera beragam masyarakat. Dengan adanya kegiatan ini, masyarakat Desa Durbuk memiliki wawasan tentang bagaimana kripik pisang tidak hanya dipasarkan secara konvensional, tetapi juga menggunakan media online memberikan peluang ekonomi.

Abstract

The people in Durbuk Village had not been able to utilize banana agricultural products properly; People had a tendency to sell the bananas they produced directly to middlemen at relatively cheap prices. This Community Service aims to provide training in creating a website and registering banana chip products in the market place as a marketing technique to improve the economy of the people for one month of real work lectures in Durbuk. The stages in this activity were (1) organizing the manufacture of banana chips, (2) assistance with how to make banana chips which are attractive and can attract the market, (3) assistance in using websites and market places as marketing techniques (3) Evaluation of the activity is carried out by means of Look at the results of sales reports from the public, whether there is an increase in turnover when using modern marketing techniques, namely by using a website/doing it online. Banana chips, which are made from thinly sliced dried and fried bananas, have attracted the attention and tastes of a wide variety of people. With this activity, the people had insight into how banana chips are not only marketed conventionally, but also using online media provides economic opportunities.

1. Pendahuluan

Pemasaran kripik pisang di Desa Durbuk masih menggunakan tehnik pemasaran lokal dimana produk dijual ke pasar-pasar dan dijual di rumah sehingga jangkauan marketing kurang efektif dan efesien (Hibar et al., 2022). Kripik pisang sendiri merupakan camilan yang begitu familiar dan nikmat bagi banyak orang di seluruh dunia, memiliki cerita perjalanan yang menarik (Gitleman & Kleberger, 2014). Di balik setiap irisan tipis dan renyahnya, ada sejarah yang panjang dan beragam, serta evolusi dari produk lokal hingga menjadi salah satu camilan yang paling dikenal di pasar global.

Kripik pisang bukanlah sekadar camilan biasa. Kripik pisang adalah sebuah produk yang mengandung aroma, rasa, dan keunikan budaya dari berbagai sudut dunia (Putri et al., 2012). Di berbagai negara, kita akan menemukan versi kripik pisang yang memiliki karakteristik sendiri, merangkul kekayaan bahan-bahan lokal, teknik pembuatan yang turun-temurun, dan cita rasa yang menggugah selera (Jayengsari, 2021). Kripik pisang memegang peran penting dalam tradisi kuliner banyak komunitas, sering kali menjadi bagian dari ritual, perayaan, atau pemberian sebagai tanda kasih sayang (Halim et al., 2019 & Yuyun et al., 2020).

Namun, kripik pisang tidak hanya berhenti di batas-batas lokal. Dengan berjalannya waktu, camilan ini telah menarik perhatian seluruh dunia. Dengan berbagai inovasi dalam rasa, kemasan yang menarik, dan upaya pemasaran yang cerdas, kripik pisang berhasil menjelma dari produk lokal menjadi salah satu ikon makanan ringan global yang sukses (Inayah et al., 2021), (Putri et al., 2012) dan (Robert & Brown, 2004).

Kita akan melibatkan diri dalam perjalanan yang memungkinkan kita untuk lebih memahami kripik pisang, bukan hanya sebagai

camilan, tetapi juga sebagai fenomena kultural dan ekonomi yang menghubungkan komunitas-komunitas di seluruh dunia. Mari kita merenungkan perjalanan panjang kripik pisang, dari akar tradisional hingga menghiasi rak-rak supermarket global, dan bagaimana ia telah menjadi bagian dari cerita dunia makanan Indonesia.

2. Metode Pengabdian

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan bulan September 2023 di Desa Durbuk Pademawu Pamekasan.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

Metode pelaksanaan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan dijelaskan pada diagram 1.



Diagram 1. Metode Pelaksanaan

1. Perencanaan dan Persiapan: Penelitian Pasar: Lakukan penelitian pasar untuk memahami permintaan dan persaingan di Shopee untuk produk kripik pisang. Identifikasi target audiens Anda. Perencanaan Produk: Rencanakan jenis kripik pisang yang akan Anda jual, variasi rasa, dan kemasan produk. Pemasok Bahan: Temukan pemasok pisang dan bahan-bahan lain yang Anda butuhkan untuk membuat kripik pisang dengan kualitas baik.

2. **Pemilihan Tempat Produksi:** Pilih tempat produksi yang memenuhi standar kebersihan dan keamanan makanan.
3. **Produksi Kripik Pisang:** Pilih Pisang Berkualitas: Beli pisang yang matang, tapi tidak terlalu lembek. Pisang jenis pisang raja biasanya dipilih untuk membuat kripik pisang. **Pengupasan dan Potongan:** Kupas dan potong pisang menjadi irisan tipis dan seragam. **Penggorengan:** Goreng potongan pisang dalam minyak panas hingga keemasan. Pastikan minyak dalam keadaan bersih dan segar. **Penyedap Rasa (Opsional):** Tambahkan bumbu atau penyedap rasa sesuai selera Anda, seperti garam atau gula. **Pengeringan:** Keringkan kripik pisang yang digoreng dengan menyaring minyak berlebih dan biarkan dingin. **Pengemasan:** Kemas kripik pisang dalam kemasan yang sesuai, seperti plastik transparan atau toples, dengan label produk yang menarik.
4. **Manajemen Persediaan:** Pantau persediaan kripik pisang Anda dan pastikan selalu memiliki stok yang cukup untuk memenuhi permintaan.
5. **Pembuatan Toko Shopee:** Daftarkan Akun Shopee: Buat akun penjual di Shopee jika Anda belum memiliki satu. Buat Toko Online: Buat toko online Shopee yang menarik dengan deskripsi produk yang jelas, foto yang berkualitas, dan informasi harga yang kompetitif. Tentukan Metode Pengiriman: Pilih metode pengiriman yang sesuai dan tawarkan pilihan pengiriman kepada pelanggan Anda.
6. **Pengelolaan Pemesanan dan Pengiriman:** Terima dan Proses Pesanan: Pantau pesanan yang masuk dan proses dengan cepat. Paket dan Kirim Produk: Kemas produk dengan baik untuk menghindari kerusakan selama pengiriman. Kirim produk sesuai dengan metode pengiriman yang dipilih pelanggan.

7. **Layanan Pelanggan:** Tanggapi Pertanyaan dan Masukan Pelanggan: Tanggapi dengan cepat pertanyaan atau masukan pelanggan Anda untuk membangun reputasi yang baik.
8. **Pemasaran dan Promosi:** Promosikan Toko Anda: Gunakan promosi dan iklan di Shopee untuk meningkatkan visibilitas toko Anda. Media Sosial: Manfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk Anda dan tingkatan kehadiran online Anda.
9. **Pantau Kinerja dan Evaluasi:** Lihat statistik penjualan Anda di Shopee dan evaluasi performa produk Anda secara teratur.

Dengan mengikuti langkah-langkah di atas dan terus memperbaiki produk dan layanan Anda, Anda dapat membangun bisnis kripik pisang yang sukses di Shopee atau platform e-commerce lainnya. Selalu perhatikan umpan balik pelanggan dan beradaptasi dengan perubahan pasar untuk tetap bersaing.

2.3. Pengambilan Sampel

Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*; masyarakat Desa Durbuk yang memiliki usaha di Desa Durbuk. Peserta dalam pengabdian ini adalah masyarakat Desa Durbuk Pademawu Pamekasan beserta kepala desa dan aparatur Desa Durbuk Kecamatan Pademawu Pamekasan.

2.4. valuasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara dengan masyarakat Desa Durbuk berkaitan dengan keberhasilan kegiatan ini.

3. Hasil dan Pembahasan

Pembuatan akun media sosial seperti shopee dapat meningkatkan perekonomian khususnya di Desa Durbuk kecamatan Pademawu Kabupaten Paamekasan karena akun media sosial memiliki jangkauan yang lebih luas dan evesien serta digabungkan dengan pemasaran tradisional maka jauh lebih

efektif dan omset penjualan akan meningkat. Ada beberapa tahapan pelaksanaan. Tabel 1 dan gambar 1 menjelaskan tentang pelaksanaan pendaftaran akun media sosial.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

NO	Tahapan Kegiatan
1	Pembukaan akun media sosial seperti shopee merupakan trobosan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa Durbuk kecamatan Pademawu kabupaten Pamekasan
2	Penyelenggaraan pembuatan akun media sosial guna meningkatkan perekonomian masyarakat dan biasa beradaptasi ke perubahan era modern di desa Durbuk kecamatan Pademawu kabupaten Pamekasan
3	Penutupan pembuatan akun media sosial guna menyadarkan masyarakat tentang pentingnya dunia digital dan bisa meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Durbuk



Gambar 1. Proses Tahapan Kegiatan

Akun media sosial dimulai dengan penjelasan tentang pentingnya akun digital pada zaman ini dikarenakan masyarakat di dunia pasti tidak lepas dengan HP dan proses penjelasan tentang pentingnya akun media sosial yang akan diberikan ke usaha kripik pisang serta untuk menambah pengetahuan masyarakat khususnya para usaha di Desa Durbuk dan meningkatkan omset penjualan serta membuat nama merk yang lebih bagus.

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Durbuk dengan subjek penjual kripik pisang yang

merupakan masyarakat desa Durbuk yang berprofesi sebagai usaha atau pedagang. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan oleh tim pengabdian dengan pokok bahasan yang disampaikan mengenai:

1. Penyampaian materi yang meliputi perbedaan pasar local dan pasar modern
2. Penjelasan tentang manfaat akun media sosial bagi usaha kripik pisang di Desa Durbuk
3. Penjelasan tentang peralatan dan bahan yang diperlukan dalam pembuatan kripik pisang
4. Penjelasan tentang tahapan pembuatan kripik pisang
5. Pembuatan kripik pisang yang sesuai dengan SDA dan SDM Desa Durbuk yaitu kripik pisang yang dijual di market place
6. Tanya jawab dengan pemilik usaha kripik pisang terkait dengan materi yang disampaikan dalam perbedaan pasar local dan pasar modern guna meningkatkan omset khususya bagi masyarakat di Desa Durbuk.

Dari kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang dilaksanakan, nampak bahwa peserta PKM memahami penyampaian yang telah disampaikan oleh tim terkait dengan pembuatan akun media sosial. PKM yang dilaksanakan menggugah antusias peserta untuk berkreasi dan termotivasi mencoba mengenal dan mempraktikkan pembuatan akun media sosial di market place.

PKM ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, keterampilan dan lebih percaya diri masyarakat Desa Durbuk untuk berwirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan baru khususnya di zaman ini untuk meningkatkan kondisi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat desa Durbuk. Masyarakat Desa Durbuk sendiri sangat bersemangat, termotivasi, dan terinspirasi

dengan adanya kegiatan pembuatan akun media sosial guna menaikkan omset oendapatan. Hasil pelatihan ini akan bermanfaat bagi maysrakat desa Durbuk sebagai alternative untuk menekan biaya pemasaran yang semakin hari semakin sulit dan butuhnya inovasi di setiap usaha. Selain itu, PKM ini memberikan kontribusi bagi masyarakat desa Durbuk untuk semakin giat dan termotivasi untuk berwirausaha. PKM ini akan menambah menambah semangat dan ketertarikan masyarkat untuk memanfaatkan SDA dan SDM sekitar untuk meningkatkan perekonomian mereka dan mengenalkan produk-produk unggulan desa Durbuk ke dunia luar.

Hasil kegiatan PKM pembuatan akun sosial media merupakan tehnik marketing yang paling efektif dan efesien untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa Durbuk kecamatan Pademawu kabupaten Pamekasan secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut:

- a. Ketercapaian peserta pelatihan
- b. Ketercapaian tujuan pelatihan
- c. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan
- d. Antusias peserta dalam mengikuti rangkaian kegiatan PKM pembuatan akun media sosial sebagi tehnik pemasaran guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa Durbuk
- e. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Kegiatan ini dihadiri oleh aparaturnya desa dan masyarakat khususnya para usaha di desa Durbuk kecamatan pademawu, kabupaten Pamekasan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta tercapai. Angka tersebut menunjukkan bahwa kegiatan inidilihat dari jumlah peserta yang mengikuti dapat dikatakan

berhasil dan memenuhi kuantitas yang ditargetkan.

Ketercapaian tujuan pembuatan akun media sosial di market place guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa(Rahsel & Gumanti, 2022) dan (Putri et al., 2012) khususnya Durbuk kecamatan Pademawu kabupaten Pamekasan yang alhamdulillah berjalan dengan baik. Materi pelatihan yang direncanakan tersampaikan kepada peserta pelatihan. Masyarkat desa Durbuk dari berbagai elemen juga memiliki kesempatan untuk mempraktikkan pembuatan akun media sosial seperti shopee sebagai alternatif peningkatan perekonomian masyarakat desa (Mubarok et al., 2015), (Tuarita et al., 2023), dan (Hibar et al., 2022) Durbuk kecamatan Pademawu kabupaten Pamekasan dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini dapat tercapai.

Ketercapaian target materi pada kegiatan PKM pembuatan akun media sosial di market place guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa Durbuk kecamatan Pademawu kabupaten Pamekasan tergolong baik karena materi pendampingan telah dapat disampaikan secara keseluruhan dan dapat dipahami dengan baik oleh peserta pelatihan yang dibuktikan dengan pertanyaan yang disampaikan, serta respon yang diberikan baik respon secara verbal maupun non-verbal. Keberhasilan ini selain diukur dari komponen di atas, juga dapat dilihat dari kepuasan serta antosias peserta setelah mengikuti kegiatan. Kegiatan ini dapat memberikan pengetahuan dan menjadi informasi baru bagi masyarakat khususnya petani di desa untuk meningkatkan jiwa wirausaha dan meningkatkan perekonomian masyarakat (Rindiani et al., 2023), (Nurhayati, 2021), dan (Yuyun et al., 2020) di Desa Durbuk di masa yang akan mendatang Dengan demikian, hal ini akan merubah perspektif masyarakat tentang pentingnya akun digital pada zaman ini.

4. Simpulan dan Saran

Dari hasil dan pelaksanaan pembuatan akun media sosial di market place guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa Durbuk kecamatan Pademawu kabupaten Pamekasan dapat disimpulkan bahwa PKM ini sudah tertata dengan baik dan walaupun belum semua peserta pembinaan menguasai materi yang telah disiapkan dengan matang, namun berjalan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun. Acara tersebut mendapat respon yang baik, dan para peserta pelatihan secara aktif mengikuti pembinaan dan tidak meninggalkan lokasi sebelum pelatihan berakhir. Berdasarkan asesmen yang telah dilakukan, disarankan agar kegiatan lanjutan berupa pelatihan serupa diadakan secara rutin agar dapat mengenalkan berbagai jenis pemasaran baik pemasaran tradisional maupun pemasaran yang modern.

5. Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada LPPM Universitas Madura, kepada desa Durbuk, aparat Desa serta Masyarakat Desa Durbuk atas dukungan terlaksananya program ini.

6. Daftar Pustaka

- Gitleman, L., & Kleberger, J. (2014). 濟無No Title No Title No Title. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Halim, J., Nurhaliza, H., Belinda, L., Sivali, J., Roja, H., Stephenson, J., & Akbar, T. F. (2019). *Optimalisasi Pasar Keripik Pisang Melalui Re-Branding untuk Mengembangkan Bisnis “Keripik Pisang NEVY” Mahasiswa Kelompok Builder 034 dan 8 Dosen Pendamping Lapangan Universitas Prasetya Mulya jodi.halim@student.pmbse.ac.id* (*Corresponding Author*) Pen. 01(01).
- Hibar, U., Susanto, B., Fatur, A. M., Febiola, S., & ... (2022). Pengembangan Dan Pemasaran Produk Kripik Pisang (Banana Chips) Arsa Jaya Khas Gunung Sari. ... *Journal of Community ...*, 2(3), 199–206. [http://icjcs.esc-id.org/index.php/home/article/view/78%](http://icjcs.esc-id.org/index.php/home/article/view/78%0Ahttp://icjcs.esc-id.org/index.php/home/article/download/78/86)

[0Ahttp://icjcs.esc-id.org/index.php/home/article/download/78/86](http://icjcs.esc-id.org/index.php/home/article/download/78/86)

- Inayah, N., Syam, Y., Rawi, R. D. P., Zain, E. M., Lestari, B. W., & Wijastuti, R. D. (2021). Penerapan Strategi Marketting Mix Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Keripik Pisang Makasy di Kota Sorong. *Abdimas: Papua Journal of Community Service*, 3(1), 49–52. <https://doi.org/10.33506/pjcs.v1i1.1352>
- Jayengsari, R. (2021). Branding Dalam Strategi Marketing Keripik Pisang Pada Pelaku Usaha Rumahan. *Journal of Empowerment*, 2(1), 111. <https://doi.org/10.35194/je.v2i1.1232>
- Mubarok, A. A., Arsyad, A., & Miftah, H. (2015). Analisis Nilai Tambah Dan Margin Pemasaran Pisang Menjadi Olahan Pisang. *Jurnal Pertanian*, 6(1), 1–14.
- Nurhayati, N. (2021). Usaha Peningkatan Pemasaran Keripik Pisang NVN Melalui Desain Produk dan Online Shop. *Abdi Wiralodra: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–33. <https://doi.org/10.31943/abdi.v3i1.34>
- Putri, D. D., Mulyani, A., & Satriani, R. (2012). Strategi Pemasaran Keripik Pisang dalam Rangka Mencapai Ketahanan Pangan di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(2), 162–167. <https://jurnal.uns.ac.id/sepa/article/view/48863/0>
- Rahsel, Y., & Gumanti, M. (2022). Strategi pemasaran cemilan produk keripik pisang melalui media online instagram. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi ...*, 1(1), 1–5. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/co-creation/article/view/225%0Ahttps://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/co-creation/article/download/225/160>
- Rindiani, F., Putri, H. M., Rhositawati, N., & ... (2023). Strategi Pemasaran Umkm Keripik Pisang Tunas Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Profit: Jurnal ...*, 2(2). <https://journal.unimar->

amni.ac.id/index.php/profit/article/view/711

Robert, B., & Brown, E. B. (2004). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 1, 1–14.

Tuarita, M. Z., Ohoiwutun, M. K., Nara, S. M., Serpara, S. A., & Renur, N. M. (2023). DARMABAKTI *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Peningkatan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa Namar Kabupaten Maluku Tenggara Melalui Diversifikasi Olahan Ikan Tongkol*. 01, 1–10.

Yuyun, Y., Melany, Prilianti, R. K., & Alfanaar, R. (2020). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat melalui Usaha Keripik Pisang di Desa Tegalweru Kecamatan Dau, Malang. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, 5(1), 1–6.

<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/japi/article/view/1794>