

**UPAYA DIGITALISASI GUNA PENGOPTIMALAN PENJUALAN
PERINTIS KERIPIK PISANG RUMAHAN MELALUI *REPACKAGING*
DAN PENGENALAN *MARKET PLACE***

¹⁾Ade Fitriyanti Ulul Azmi, ²⁾Ruli Saefudin, ³⁾Risna Zulfa Musriroh

^{1,2)}Tehnik Sipil, Universitas Islam Malang

³⁾Pendidikan Profesi Guru, Universitas Islam Malang

Koresponden Email: adefitriyanti@unisma.ac.id

Submitted: 08-07-2024

Revised: 30-07-2024

Accepted: 05 November 2024

Abstrak

UMKM di Kabupaten Lumajang termasuk produsen keripik pisang mengalami penurunan drastis pasaca pandemi COVID-19. Pisang merupakan salah satu potensi sumber daya alam dengan varietas unggulannya yaitu pisang Agung dan pisang Kirana. Namun, produksi keripik pisang belum memanfaatkan potensi ini secara maksimal, menyebabkan ketimpangan di sektor pertanian dan ketahanan pangan. Sebagai solusi, abdimas menjalin kemitraan dengan pelaku industri yang mampu menjamin mutu keripik pisang yang berkualitas. Ibu Sulasmi, pelaku industri kecil dipilih untuk mengembangkan keripik pisang "Leunah" yang bebas bahan pengawet dan berbahaya. Kolaborasi ini bertujuan meningkatkan perekonomian lokal dan mengentaskan kemiskinan sesuai dengan SDG's 1 dan SDG's 8. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif bermitra dengan Keripik Pisang "Leunah" di Kecamatan Kunir, Kabupaten Lumajang. Data yang digunakan terdiri dari data primer melalui pengamatan di lapangan dan data sekunder berupa dokumen, wawancara, dan observasi. Pembaruan metode produksi konvensional dilakukan untuk efisiensi, seperti penggunaan mesin perajang pisang berdinamo dan mesin peniris minyak. Upaya digitalisasi melalui *repackaging* dan promosi di media sosial serta *marketplace* dilakukan agar industri kecil ini bisa bertahan dan memperluas pasar.

Kata Kunci: Digitalisasi, Kripik Pisang "Leunah", *Repackaging*, *Marketplace*.

Abstrack

*MSMEs in Lumajang Regency, including banana chip producers, experienced a drastic decline following the COVID-19 pandemic. Bananas are a potential natural resource with superior varieties, namely Agung bananas and Kirana bananas. However, banana chips production has not utilized this potential optimally, causing inequality in the agricultural sector and food security. As a solution, community service has established partnerships with industry players who are able to guarantee the quality of banana chips. Mrs. Sulasmi, a small industry player was chosen to develop "Leunah" banana chips which are free of preservatives and dangerous ingredients. This collaboration aims to improve the local economy and alleviate poverty in accordance with SDG's 1 and SDG's 8. This research uses a descriptive method with a qualitative approach in partnership with "Leunah" Banana Chips in Kunir District, Lumajang Regency. The data used consists of primary data through field observations and secondary data in the form of documents, interviews and observations. Updates to conventional production methods were carried out for efficiency, such as the use of dynamo banana chopping machines and oil draining machines. Digitalization efforts through *repackaging* and promotions on social media and marketplaces are being carried out so that this small industry can survive and expand the market.*

Keywords: Digitalization, "Leunah" Banana Chips, *Repackaging*, *Marketplace*.

1. PENDAHULUAN

Kondisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) termasuk Keripik Pisang yang ada di Kabupaten Lumajang mulai mengalami penurunan drastis pada tahun 2019, saat pandemi covid-19. Hal ini berdasarkan data dari Pemerintah Kabupaten Lumajang bidang Ekonomi Kreatif terkait Data Potensi Produk Lokal. Salah satu potensi Sumber Daya Alam Kabupaten Lumajang adalah pisang [1]. Terdapat dua varietas pisang yang cukup tersohor yakni pisang Agung dan Pisang Kirana. Pisang Agung hanya mampu tumbuh di Kabupaten Lumajang, sedangkan Pisang Kirana merupakan pisang varietas baru yang dikembangkan oleh masyarakat Lumajang [2]. Namun, potensi pisang yang ada tidak diimbangi dengan produksi keripik pisang sehingga menimbulkan ketimpangan bagi pemerintah bidang pertanian dan ketahanan pangan serta asosiasi tani. Kemungkinan terjadinya *lost identity* pada Kabupaten Lumajang disebabkan oleh pisang dan produk pengolahannya yang merupakan hasil bumi khas Kabupaten Lumajang dan menjadi mata pencaharian bagi masyarakat.

Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Bidang Ekonomi Kreatif [3], telah berdiri industri rumahan pengolah keripik dan makanan khas oleh-oleh berjumlah sekitar 35 Unit di Kabupaten Lumajang. Namun, dilansir dari Forum UMKM menyatakan di tahun 2016 sekitar 15 industri keripik pisang mengalami kelumpuhan karena tingginya harga bahan baku. Selain itu, serapan tenaga kerja yang juga harus berpindah profesi dan terjadi tutupnya industri. Salah satu solusi dalam situasi yang menghambat potensi daerah yaitu menjalin mitra abdimas dengan pelaku industri yang mampu menjamin kualitas serta mutu keripik pisang dan memiliki rasa yang enak tanpa bahan tambahan berbahaya serta aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat [4].

Dari hasil observasi pelaku abdimas (Pengabdian Masyarakat), dipilih Ibu Sulasmi sebagai pelaku industri kecil yang terletak di Kecamatan Kunir, Kabupaten Lumajang. Beliau merupakan perintis usaha kecil pengolah keripik pisang yang mampu menjaga kualitas rasa dari olahan pisang yang diproduksi berdasarkan pemesanan, sehingga olahan keripiknya tidak menggunakan pengawet dan bahan berbahaya lainnya. Bekerjasama dengan industri kecil milik Ibu Sulasmi, Keripik Pisang “Leunah” diharapkan pengabdian yang dilakukan mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan berkelas. Sehingga tenaga kerja di lingkungan sekitar mampu dioptimalkan dan dapat meningkatkan perekonomian sebagai upaya pengentasan kemiskinan. Tim Abdimas mempertimbangkan beberapa poin dalam SDG’s (*Sustainable Development Goals*) di antaranya poin SDG’s 1 yaitu memberantas kemiskinan dan poin SDG’s 8 yaitu menumbuhkan perekonomian masyarakat [5]. Secara spesifik, pelaku abdimas bertujuan memberikan penyegaran dalam tampilan melalui kemasan keripik pisang yang umumnya di desain sangat sederhana serta perluasan promosi melalui sosial media dan *market place*.

Upaya Digitalisasi ini dilakukan agar industri kecil dapat bertahan di tengah gempuran budaya konsumtif melalui dunia maya sehingga dapat menjangkau area pemasaran produk dan dengan mudah diakses melalui bantuan teknologi. Hal ini juga bermaksud untuk mengenalkan produk camilan yang aman dikonsumsi walaupun dalam jumlah banyak yakni, Keripik Pisang. Sehingga pengabdian masyarakat dengan judul “Upaya Digitalisasi Guna Pengoptimalan Penjualan Perintis Keripik Pisang Rumahan melalui *Repackaging* dan Pengenalan *Market Place*”, potensi dari perintis produsen Keripik Pisang rumahan dicoba berdayakan melalui kemitraan dengan LPPM UNISMA (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Malang).

2. METODE

2.1 Metode dan Tahapan Kegiatan

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan objek penelitian Keripik Pisang “Leunah” yang terletak di Kecamatan Kunir, Kabupaten Lumajang. Jenis data adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti atau praktisi datang ke lapangan. Sementara data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan dari data yang telah ada sebelumnya. Sumber data akan diambil dari dokumen, hasil wawancara, dan hasil dari observasi. Dengan cara pesan pribadi antara peneliti sebagai pewawancara dengan informan. Informan yang akan peneliti wawancara adalah Ibu Sulasmi selaku owner dari subjek yang diteliti, yaitu Keripik Pisang “Leunah”. Dalam penelitian ini, wawancara terkait topik penelitian dilakukan secara langsung melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Abdimas.

Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Pemesanan mesin (pembelian)

- a. Mesin tiba
- b. Mesin di uji coba
- c. Mesin di gunakan
- d. Hasil produksi dengan mesin (perbandingan)

Pemesanan desain packaging

- e. Konsep Desain
- f. Desain di buat
- g. Desain dicetak pada Wadah yang mengandung yang diinginkan
- h. Hasil packaging dengan desain dan kemasan baru di ujicoba

Sosialisasi Upaya Digital Marketing (melalui *smart phone*)

- i. Pembelajaran foto produk
- j. Pelatihan pembukaan akun market place
- k. Pelatihan upload produk hingga maintenance marketplace

2.2 Deskripsi Kegiatan

Alur Tahapan Upaya Digitalisasi pada Keripik Pisang “Leunah” dijabarkan sebagai berikut:

1. Pembuatan Kemasan,

Dalam pembuatan kemasan dilaksanakan dengan proses editing yang dibantu oleh desainer multimedia. Sehingga dari segi tampilan dan produk dapat tersampaikan dengan baik melalui tampilan kemasan. Karena kemasan merupakan hal yang pertama dilihat oleh konsumen sehingga akan menjadi ujung tombak produk untuk dibeli.

2. Pembuatan Akun *Market Place*

Market place menjadi solusi atas proses jual beli yang tidak memakan waktu yang lama serta tidak menunggu terlalu lama untuk produk terbeli setelah proses kemas. Sehingga *market place* menjadi rekomendasi agar Keripik Pisang “Leunah” mampu diproduksi secara kontinyu dan tetap menjaga kualitas produknya tetap *fresh*.

3. Pembuatan Akun Sosmed Instagram: Keripik Pisang “Leunah”

Perluasan pada target penjualan menjadi inovasi yang coba dikembangkan dan diterapkan guna mempromosikan jajanan berkualitas yang memiliki rasa gurih dan tidak mengandung bahan kimia berbahaya. Hal ini cukup penting, melihat banyak usia muda yang sudah terdiagnosa dengan berbagai penyakit. Melalui konten promosi

yang digandrungi gen z, akun sosial media Keripik Pisang “Leunah” coba dipasarkan agar mampu memperluas jangkauan pasar.

4. *Maintanance* dan Presentasi Strategi Pemasaran berdasarkan *online shop*

Ditambahkan sebagai poin ke lima dalam tahapan setelah berlangsungnya proposal pengabdian rampung dikerjakan. Hal ini dimaksud sebagai tembusan dari kontinuitas pengabdian yang dilaksanakan.

2.3 Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Berdasarkan metode produksi dari Keripik Pisang Leunah yang masih konvensional, direkomendasikan untuk mengalami pembaharuan guna efisiensi kerja serta persiapan untuk produksi dalam jumlah banyak. Sehingga disarankan menggunakan mesin perajang pisang berdinamo dan mesin peniris minyak kapasitas 3 kg atau lebih, dalam membantu efisiensi proses produksinya.

Beberapa yang perlu diperhatikan dalam pengabdian kali ini adalah upaya digitalisasi yang juga harus di lakukan secara kontinyu dan promosi kekinian ala Gen Z. Dengan perluasan pada target pasar maupun jangkauan pasar, proses kekinian dari promosi dan juga strategi penjualan juga harus menerapkan digitalisasi. Selain itu, kemasan yang semula sederhana yang hanya direkatkan menggunakan strapless, sebaiknya diubah dengan tambahan nilai estetika. Walaupun hal ini akan membutuhkan biaya yang cukup banyak, akan berdampak terhadap nilai tambah pada harga jual serta karakter produk dibanding dengan produk lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa ini dilakukan guna memahami skala prioritas dan kesesuaian penerapan Upaya digitalisasi yang dapat dicoba solusikan dalam menangani kondisi mitra pengabdian. Diharapkan dari Upaya digitalisasi ini tindak hanya menjangkau target pasar yang lebih luas namun juga mampu memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses produksi lewat upgrade teknologi. Dari data yang didapat kemudian diolah dan ditelaah lebih lanjut dengan Analisa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) sebagai neraca acuan dalam Analisa situasi dan kondisi [6]. Berikut pemaparan Analisa SWOT dalam penangangan pengabdian Keripik Pisang “Leunah” pada Tabel 1:

Tabel 1. Analisa SWOT dalam Pelaksanaan Pengabdian Keripik Pisang “Leunah”

	Membantu	Menghambat
	<i>Strengths/ Kekuatan</i>	<i>Weakness/ Kelemahan</i>
Dari Dalam (Sifat Organisasi/ Produk)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kualitas Bahan Baku ○ Kualitas Keripik Pisang pada Rasa ○ Kualitas Keripik Pisang terhadap Kerenyahan ○ Kualitas Keripik Pisang tanpa bahan tambah berbahaya 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kemasan Produk Kurang Menarik ○ Pemasaran terbilang pasif ○ Mitra Pengabdian Kurang menguasai Teknologi
	<i>Opportunities/ Peluang</i>	<i>Threats/ Ancaman</i>
Dari Luar (Lingkungan sekitar)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pemasaran melalui Market Place ○ Jangkauan Pasar diperbesar melalui sosial media ○ Target pasar diperluas ○ Tampilan Kemasan yang Kekinian 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Perlu adanya <i>Maintanance</i> ○ Pengiriman Luar Kota dan Pulau (Penyimpanan Ruang Lembab) ○ Mitra Pengabdian belum menguasai Strategi Marketing OnlineShop/Pengarahan

Dari sebarannya, berbagai produk varian Keripik Pisang dihasilkan dengan kualitas yang juga beragam. Namun, masih ditemukan satu kesamaan dalam setiap produk keripik pisang di Kabupaten Lumajang, yakni kemasan yang sederhana dan membosankan serta cara memasarkan produk yang masih konvensional. Sehingga menghasilkan cakupan target pemasaran dan juga konsumen adalah usia manula yang terindikasi memiliki kasus diet rendah gula atau mengurangi bahan makanan berbahaya demi menjaga Kesehatan.

3.1 Tahapan Pembuatan Keripik Pisang hingga Proses Kemas

Selain diberdayakan sebagai Makanan Ringan Olahan, Pisang Agung ini juga dijual sebagai Buah yang menjadi mascot Kabupaten Lumajang [7]. Sehingga dalam mendapatkannya mitra abdimas memerlukan harga yang cukup tinggi dibanding dengan menggunakan pisang lainnya. Dari segi fisik, pisang ini lebih besar dibanding dengan pisang lainnya. Dalam proses produksi Keripik Pisang “Leunah”, digunakan jenis Pisang Agung yang masih belum ranum. Dalam keadaan teksture yang masih cukup mengeras, sehingga lebih mudah untuk diolah. Bahan baku dan tahapan produksi yang digunakan adalah Pisang Agung sebagaimana Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Pisang Agung sebagai Bahan Baku Utama Keripik Pisang “Leunah”

Proses ini cukup sulit dan kurang efisien dilakukan apabila secara konvensional, tanpa alat bantu atau mesin. Dengan metode konvensional mitra abdimas harus telaten menghasilkan Rajangan Pisang yang cukup tipis namun tidak terlalu tipis sehingga dalam proses penggorengan pisang tidak hancur sebagaimana Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Proses Pengolahan Pisang secara Konvensional

Selanjutnya pisang dicuci dengan air bersih dan dimasukkan ke dalam wadah yang mengandung larutan air gula dan garam. Ibu Sulasmi sebagai Mitra Abdimas yang dipilih, memproses Keripik Pisang “Leunah” tanpa perasa tambahan, pewarna dan pengawet tambahan. Tahap perendaman pada Wadah yang mengandung tidak memakan waktu yang cukup lama. Perendaman ini dilakukan untuk memberikan rasa gurih pada Keripik Pisang “Leunah” dengan rasa original sebagaimana Gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Proses Pencucian, Perendaman, dan Penirisan Pisang ke dalam Wadah yang Mengandung Larutan Garam dan Gula

Dalam pembuatan Keripik Pisang lainnya, banyak industri menggunakan rendaman larutan kapur guna menjaga keripik tetap memiliki kekakuan (tidak lembek) setelah proses penggorengan. Hal ini merupakan umum dan menjadi resep turun menurun yang dilakukan dan tidak berbahaya jika diolah dengan produk makanan. Namun, berbeda dengan keripik pisang “Leunah” meskipun tanpa direndam dengan larutan kapur mampu menghasilkan keripik pisang yang tetap gurih dan enak pada Gambar 4 di bawah ini:



Gambar 4. Proses Penggorengan Pisang menjadi Keripik

Minyak goreng merk “Sunco” sebagai minyak goreng yang dipilih Ibu Sulasmi untuk menjaga kualitas keripik yang diproduksinya, sehingga beliau tidak pernah beralih ke minyak goreng jelantah atau yang tidak bermerk. Selain beda harga minyak goreng bermerk dan minyak jelantah yang hanya Rp 1.000,00 hingga Rp 5.000,00, penggunaan minyak goreng jelantah juga mampu memberikan efek tenggorokan gatal hingga sakit radang apabila digunakan untuk bahan makanan konsumsi. Setelah pisang berubah menjadi kecoklatan, pisang sudah matang ditiriskan dari minyak. Pada tahap ini juga masih dilakukan secara konvensional dan membutuhkan ketelatenan. Proses penirisan

minyak secara manual ini dilakukan dengan mendinginkan keripik pisang dan meletakkannya pada wadah yang dilapisi kertas koran atau kertas HVS bekas yang bersih dan tidak terpakai.

3.2 Tahap Pelaksanaan

Berdasarkan rangkaian data telah terkumpul ditambahkan dengan data sekunder yang sudah diolah melalui Analisa SWOT dengan hasil yang telah dijabarkan. Sehingga dari proses Upaya Digitalisasi industri perintis Keripik Pisang ‘Leunah’, berikut di Gambar 5 merupakan pemaparan cakupan yang akan dilaksanakan dalam pengabdian kali ini yaitu:



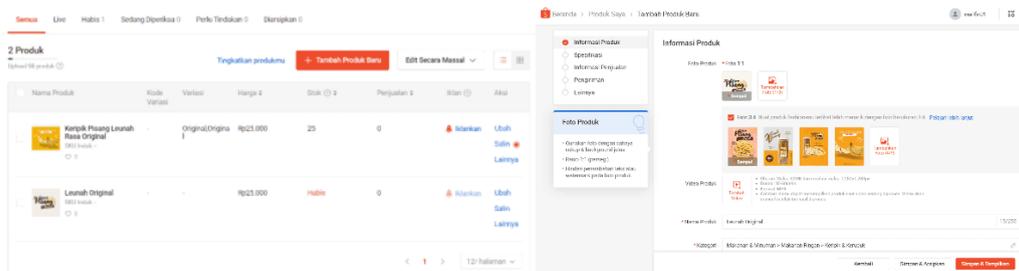
Gambar 5. Alur Tahapan Upaya Digitalisasi Pengabdian Keripik Pisang ‘Leunah’

Desain kemasan merupakan elemen penting dalam memasarkan produk pangan seperti keripik pisang “Leunah”. Proses ini meliputi desain visual dengan bantuan desainer multimedia yang menggunakan software desain grafis untuk menciptakan tampilan kemasan yang menarik dan informatif [8]. Desain kemasan yang mencerminkan identitas merek dan menarik perhatian pelanggan menggunakan elemen seperti warna cerah, gambar pisang, dan font yang mudah dibaca. Selain memberikan perlindungan fisik dan informasi penting mengenai produk, kemasan harus menarik perhatian sebagai hal pertama yang dilihat konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan [9]. Pada Gambar 6 disajikan tampilan pengemasan seperti:



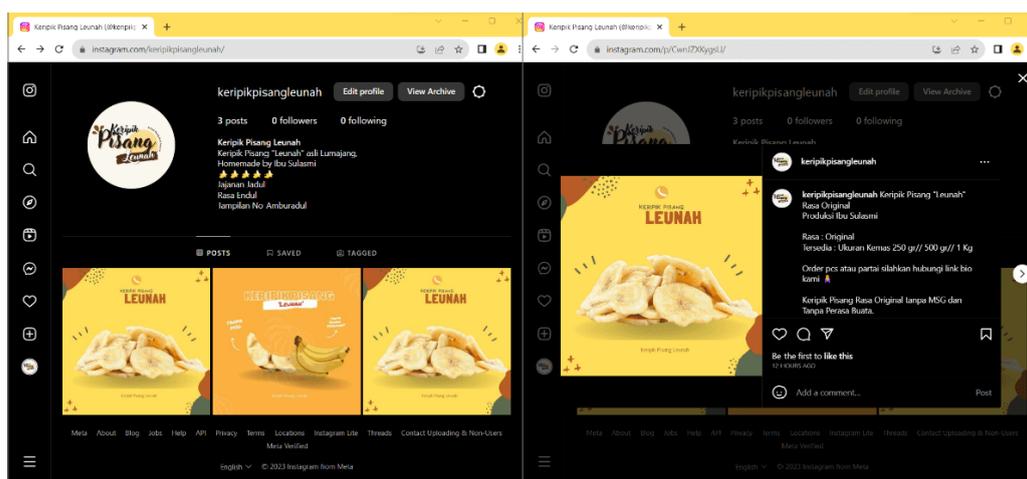
Gambar 6. Desain Kemasan Keripik Pisang “Leunah”

Untuk menjual produk secara efektif, membuat akun di *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee atau Bukalapak adalah solusi praktis. Pasar ini menawarkan akses dan penggunaan yang mudah dengan proses pendaftaran sederhana dan opsi untuk mendirikan toko online. Kripik Pisang “Leunah” merintis marketplace Shopee sebagai awal pemasaran digital [10]. Keuntungan berjualan di marketplace antara lain jangkauan yang luas, pilihan pembayaran dan pengiriman yang efisien, serta kemampuan untuk terus menjual produk tanpa harus menunggu lama untuk membelinya [11]. Pada Gambar 7 ditampilkan *marketplace* Shopee digunakan untuk pemasaran produk sebagai berikut:



Gambar 7. Market Place Kripik Pisang “Leunah”

Selain itu, penggunaan media sosial seperti Instagram merupakan alat yang efektif untuk membuat produk dapat diakses oleh kelompok sasaran yang lebih luas. Mengubah akun Instagram pribadi menjadi profil bisnis memberi akses ke analitik dan kemampuan untuk beriklan. Melalui konten visual berkualitas tinggi yang menampilkan produk, proses pembuatan, dan testimoni pelanggan, Kripik Pisang “Leunah” mampu menarik perhatian Gen Z dengan konten relevan seperti meme dan tren terkini. Informasi kesehatan produk yang menyoroti tidak adanya bahan kimia berbahaya dalam Kripik Pisang “Leunah” juga penting dalam menarik perhatian konsumen muda yang sadar kesehatan dan cemilan yang direkomendasikan untuk dikonsumsi [12]. Pada Gambar 8 ditampilkan sosial media Instagram digunakan untuk pemasaran produk sebagai berikut:



Gambar 8. Sosial Media Kripik Pisang ‘Leunah’

Pemasaran berbasis online memerlukan pemeliharaan rutin dan strategi canggih untuk memastikan keberhasilan jangka panjang. Pemeliharaan rutin mencakup pembaruan inventaris, harga, dan deskripsi produk secara berkala, serta penyelesaian keluhan pelanggan dengan cepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan [13]. Strategi pemasaran yang efektif mencakup analisis data untuk memahami tren penjualan dan

perilaku konsumen, serta menerapkan kampanye promosi dan diskon untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Mendokumentasikan dan mengevaluasi aktivitas pemasaran dan hasil yang dicapai secara teratur sangat penting untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan merencanakan langkah-langkah perbaikan [14].

Dengan kemasan yang menarik, akses pasar, pengelolaan akun media sosial dan penerapan strategi pemasaran online yang efektif, Keripik Pisang 'Leunah' dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas produk dapat dipertahankan. Langkah tersebut didukung oleh berbagai penelitian yang menegaskan pentingnya strategi ini dalam pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di era digital.

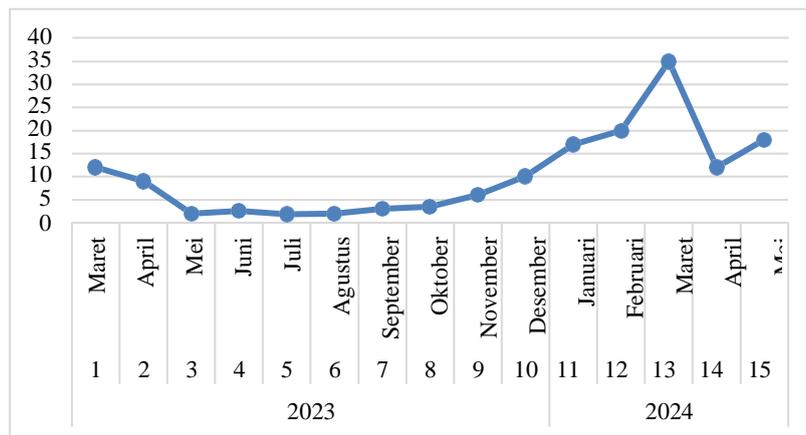
3.3 Tahap Evaluasi

Dalam proses produksinya, Keripik Pisang "Leunah" menggunakan bahan baku utama berupa pisang Agung. Saat pelaku program pengabdian masyarakat (Abdimas) menemui produsen, tercatat bahwa mereka menghabiskan sekitar satu sisir pisang Agung untuk setiap tahap produksi. Dalam satu sisir pisang Agung, umumnya terdapat sekitar 6 hingga 8 buah pisang. Implementasi kemasan yang menarik, penggunaan marketplace, pengelolaan akun media sosial, dan strategi pemasaran berbasis online yang efektif, keripik pisang "Leunah" dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan mempertahankan kualitas produk [15]. Berikut terdapat data penjualan Keripik Pisang "Leunah" selama pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh LPPM UNISMA pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Data Penjualan Keripik Pisang "Leunah"

Tahun	No	Bulan	Penjualan (kg)
2023	1	Maret	12
	2	April	9
	3	Mei	2
	4	Juni	2,5
	5	Juli	1,8
	6	Agustus	2
	7	September	3
	8	Oktober	3,5
	9	November	6
	10	Desember	10
2024	11	Januari	17
	12	Februari	20
	13	Maret	35
	14	April	12
	15	Mei	18

Terdapat peningkatan dari penjualan dalam setiap bulan terlebih pada bulan Maret 2024 yang bertepatan pada momentum hari raya Idul Fitri. Karena pada momentum ini, produksi Keripik Pisang "Leunah" meningkat pesat disebabkan adanya produksi untuk hampers lebaran ataupun cemilan hari raya. Produksi Keripik Pisang "Leunah" pasca hari raya kembali ke penjualan normal dan tetap cenderung meningkat. Berikut grafik penjualan Keripik Pisang "Leunah" yang tertera pada Gambar 9 di bawah ini:



Gambar 9. Grafik Penjualan Keripik Pisang “Leunah”

Dari data penjualan yang ada dengan awal penjualan pada bulan Maret 2023 yaitu 12 kg dan akhir penjualan pada bulan Mei 2024 yaitu 18 kg diperoleh persentase kenaikan sebesar 50%.

Apabila dilakukan kontinyuitas dalam Keripik Pisang “Leunah”, Pelaku Abdimas optimis hal ini mampu memberikan dampak yang bagus pula untuk Masyarakat sekitar. Selain membantu mengembangkan industri perintis, pangabdian kali ini diharapkan mampu berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan pemberdayaan perekonomian sekitar. Memerangi kemiskinan dan membangkitkan perekonomian sekitar melalui penyerapan tenaga kerja pada industri Keripik Pisang “Leunah”, nantinya akan mampu mengaplikasikan nilai berkelanjutan pada program SDG’s. Nilai yang dimaksud ini seperti SDG’s pada poin nomor 1 (*No Poverty*) dan nomor 2 (*Zero Hunger*) serta nomor 8 (*Decent Work and Economic Growth*).

Dalam pengabdianya, besar harapan pelaku abdimas agar industri perintis Keripik Pisang ‘Leunah’ mampu berkembang dan berkelanjutan. Berharap dengan adanya pengabdian ini, mampu memberikan *impact* positif. Sesuai juga dengan tujuan pemerangan kemiskinan melalui pencaangan program SDG’s oleh Pemerintah, diharapkan juga industri perintis Keripik Pisang “Leunah” milik Ibu Sulasmi dapat berkembang dan menerapkan nilai-nilai SDG’s tersebut. Selanjutnya, kontinyuitas dari pembuatan kemasan dan akun yang berlanjut pada *maintenance* dan strategi pemasaran berbasis online shop sebagai laporan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dan proses penyaluran bantuan untuk usaha perintis Keripik Pisang “Leunah” produksi Ibu Sulasmi.

4. KESIMPULAN

Adanya kegiatan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan produksi UMKM yaitu Kripik Pisang “Leunah” memberikan pengaruh positif terhadap masyarakat di daerah Kecamatan Kunir, Kabupaten Lumajang. Melalui *repackaging* dan pembuatan *market place* produksi dapat berkembang secara signifikan. Dalam rentang waktu 1 tahun selama pelaksanaan pengabdian masyarakat, persentase produksi kripik pisang mengalami kenaikan sebesar 50%. Kripik Pisang “Leunah” dapat menjadi makanan khas Kabupaten Lumajang dengan mengenalkan produk olahan pisang dapat dikonsumsi masyarakat karena tanpa mengandung bahan pengawet dengan pengemasan yang menarik. Masyarakat juga dapat mengetahui deskripsi produk secara langsung karena dipasarkan melalui *market place* dan juga instagram sehingga UMKM yang ada di Lumajang ini dikenal dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat di berbagai kalangan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam proses pengabdian hingga terbit jurnal, tidak lepas dari peran support system, baik dari Pihak Keluarga (anak saya Davin Raditya A. dan Suami M. Arifin yang telah rela dan ikhlas saya berkarir dan berkarya disamping kodrat dan fitrah sy sebagai perempuan, Tim Abdimas (Pak Ruli dan Mbak Risna Z. M. yang dapat kompak dan selaras menyempurnakan jalannya pengabdian hingga terbit jurnal), Mitra Abdimas Ibu Sulasmi dan Para warga sekitar. Semoga apa yang kami upayakan dalam Pengabdian Bersama Keripik Pisang “Leunah” mendapatkan ridho dan mampu memberikan maslahat bagi kami serta pihak-pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Sonhaji, Statistik Daerah Kabupaten Lumajang 2023, Lumajang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Lumajang, 2023.
- [2] D. Soejono, D. B. Zahrosa, J. Januar, Soetrio, D. P. Ningrum and A. D. Maharani, "Tantangan dan Peluang Pengembangan," *AGRIBIOS : Jurnal Ilmiah*, vol. 20, no. 1, pp. 95-103, 2022.
- [3] D. Pariwisata, Data Potensi Produk Lokal Kabupaten Lumajang, Lumajang: Bidang Ekonomi Kreatif, 2021.
- [4] E. I. Rhofita, "Optimalisasi Sumber Daya Pertanian Indonesia untuk Mendukung Program Ketahanan Pangan Dan Energi Nasional," *Jurnal Ketahanan Nasional*, vol. 28, no. 1, pp. 81-99, 2022.
- [5] U. N. D. o. G. Communications, Sustainable Development Goals, New York: United Nations Information Centre, 2023.
- [6] D. Sari, "Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti," *PRAGMATIS - Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 7-14, 2020.
- [7] N. P. Wardhani, H. Prayuginingsih and R. M. Muliawati, "Analisis Usahatani Pisang Agung di Kabupaten Lumajang," *AgriAnalytics Journal*, vol. 1, no. 2, pp. 50-57, 2023.
- [8] R. F. Hudiyono, "Analisis Program Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) oleh PT Lima Pondasi Bersama," *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan (JABT)*, vol. 4, no. 2, pp. 83-91, 2022.
- [9] M. S. Hasibuan and S. Nuraeni, "Influential Cosmetic Packaging Attributes Toward Customer Purchase Intention," *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, vol. 1, no. 2, p. 81–91, 2023.
- [10] T. Yuniarti, M. A. Rizal, F. C. D. Bani and F. Faujiyah, "Digitalisasi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Selatan," *Jurnal Pustaka Mitra*, vol. 2, no. 2, pp. 121-126, 2022.
- [11] S. Silaban, N. Kusnadi and Feryanto, "The Impact of E-Commerce Implementation on The Performance of Micro and Small Industries in Indonesia," *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, vol. 8, no. 1, pp. 126-133, 2024.
- [12] P. Sheldon and K. Bryant, "Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age," *Computers in Human Behavior*, vol. 58, no. 2016, pp. 89-97, 2016.
- [13] A. Andonov, G. P. Dimitrov and V. Totev, "Impact of E-commerce on Business Performance," *TEM Journal*, vol. 10, no. 4, pp. 1558-1564, 2021.
- [14] Y. K. D. et.al, "Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions," *International Journal of Information Management*, vol. 59, no. 2021, pp. 1-37, 2021.
- [15] T. A. Larasati, A. Pradiptya and M. Mawardani, "Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati," *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, vol. 20, no. 4, pp. 397-402, 2022.