

## Optimalisasi Pemasaran Digital dan Inovasi Produk Olahan Pisang pada UPPKS “Sejahtera” Dusun Patukan, Desa Ngareanak, Kecamatan Singorojo, Kendal

Fandy Indra Pratama<sup>1</sup>, Gilar Pandu Annanto<sup>2\*</sup>, Ayu Shabrina<sup>3</sup>, Muhammad Fajar Kurniawan<sup>1</sup>, Faisal Bagus Setiawan<sup>3</sup>, Erik Firmansyah<sup>2</sup>, dan Kusdi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Wahid Hasyim

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Wahid Hasyim

<sup>3</sup>Program Studi Sarjana Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Wahid Hasyim

e-mail: [gilarpanduannanto@unwahas.ac.id](mailto:gilarpanduannanto@unwahas.ac.id)

**Abstrak.** Kecamatan Singorojo, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah, memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, khususnya produksi pisang yang mencapai 12.282 kuintal pada tahun 2021. Potensi ini dimanfaatkan oleh Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) "Sejahtera" di Kelurahan Ngareanak dengan memproduksi olahan pisang berupa keripik dan stik. Namun, pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional dengan kemasan sederhana, sehingga belum mampu bersaing di pasar digital yang semakin berkembang. Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pengabdian dari Universitas Wahid Hasyim mengadakan serangkaian pelatihan dan pendampingan guna meningkatkan kapasitas UPPKS dalam pemasaran digital serta inovasi produk. Kegiatan ini meliputi pelatihan penggunaan platform iklan berbayar, pemanfaatan Google Trends untuk analisis pasar, dan pendampingan dalam proses pembuatan label produk sesuai dengan standar BPOM untuk pengurusan izin PIRT. Pelatihan iklan berbayar membantu UPPKS memahami platform yang dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara online, sementara Google Trends digunakan untuk menganalisis tren pasar dan menentukan varian rasa baru yang diminati, seperti coklat dan kopi. Selain itu, proses pendampingan pembuatan label memastikan bahwa produk baru UPPKS memiliki kemasan yang menarik dan sesuai dengan regulasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan wawasan peserta mengenai pemasaran digital, analisis pasar, dan inovasi produk, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing UPPKS "Sejahtera" di pasar yang lebih luas. Kegiatan ini dihadiri oleh 20 peserta yang antusias, serta berhasil memperkuat kemampuan UPPKS dalam memanfaatkan potensi besar produksi pisang di Kecamatan Singorojo secara lebih optimal dan inovatif.

**Kata kunci:** UPPKS, pemasaran digital, inovasi produk, Google Trends, produksi pisang.

**Abstract.** Singorojo District in Kendal Regency, Central Java, has significant potential in the agricultural sector, particularly in banana production, which reached 12,282 quintals in 2021. This potential is utilized by the Income Improvement for Prosperous Families Business (UPPKS) "Sejahtera" in Ngareanak Village by producing banana-based snacks, such as chips and sticks. However, the marketing of these products is still conducted conventionally with simple packaging, making it difficult to compete in the growing digital market. To address this challenge, a community service team from Wahid Hasyim University organized a series of training and mentoring sessions to enhance UPPKS's capacity in digital marketing and product innovation. The activities included training on using paid advertising platforms, utilizing Google Trends for market analysis, and assisting in the product labeling process according to BPOM standards for PIRT certification. The paid advertising training helped UPPKS understand platforms that could increase their product visibility online, while Google Trends was used to analyze market trends and determine new popular flavor variants such as chocolate and coffee. Furthermore, the labeling assistance ensured that the new UPPKS products have attractive packaging that complies with regulations. The outcomes of these activities showed an increase in participants' knowledge of digital marketing, market analysis, and product innovation, which is expected to improve the competitiveness of UPPKS "Sejahtera" in a broader market. The event was attended by 20 enthusiastic participants and successfully strengthened UPPKS's ability to optimize and innovate based on the significant potential of banana production in Singorojo District.

**Keywords:** UPPKS, digital marketing, product innovation, Google Trends, banana production.

### 1. PENDAHULUAN

Berdasarkan segi wilayah, Singorojo merupakan salah satu kecamatan yang terletak di

Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah. Kecamatan Singorojo memiliki luas area mencapai 119,31 km<sup>2</sup> dengan 70,52% wilayahnya digunakan sebagai lahan pertanian bukan sawah yang berupa tegal/kebun, hutan rakyat dan kolam/tebat/ empang (Pemerintah Kecamatan Singorojo, 2023). Potensi Kecamatan Singorojo khususnya dalam produksi buah dan sayuran seperti yang terlihat pada Gambar 1. Diketahui hasil panen terbesar terdapat pada buah pisang yang ditahun 2021 tercatat mencapai 12.282 kuintal. Tingginya produksi dari buah pisang tentunya menjadi potensi yang kemudian dimanfaatkan oleh petani di Dusun Patukan. Salah satu yang memanfaatkan potensi tersebut adalah Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) “Sejahtera” yang merupakan salah satu unit usaha desa yang terletak di Kelurahan Ngareanak, Kecamatan Singorojo, Kabupaten Kendal.

Jenis Tanaman Kind of Plants	2018	2019	2020	2021*
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Buah-Buahan/Fruits:</b>				
Durian/Durian	10 842	5 556	9 251	10 407
Jeruk Siam/Keprok/Orange/Tangerine	26	30	15	35
Mangga/Mango	1 001	544	40	90
Pepaya/Papaya	19	32	150	112
Pisang/Banana	9 088	8 497	11 467	12 282
Salak/Snakefruit	87	27	114	6
Jambu Biji/Guava	484	657	758	1 274
Nangka/Cempedak/jackfruit	246	987	763	1 708
<b>Sayuran/Vegetables:</b>				
Petai/Petai	2 986	773	1 120	1 451
Melinjo/Melinjo	689	170	310	-

**Gambar 1.** Potensi Produksi buah dan sayuran kecamatan Singorojo, Kabupaten Kendal (Pemerintah Kecamatan Singorojo, 2023).

Salah satu dari produk pangan yang tersedia di UPPKS “Sejahtera” adalah olahan pisang berupa keripik (*chips*) dan stik. Produksi olahan pisang pada UPPKS “Sejahtera” mencapai 300 kg per bulan. Ceriping pisang yang telah siap dijual kemudian dilakukan pengemasan menggunakan plastic bening seperti yang terlihat pada gambar 2a dan hanya dipasarkan secara konvensional. Selain itu, diketahui bahwa olahan pisang berdasarkan tren media sosial seperti Tiktok, Instagram dan online shop yaitu Shopee dan Tokopedia menunjukkan adanya inovasi produk menjadi olahan pisang dengan berbagai topping menggunakan kemasan yang lebih menarik seperti pada gambar 2b. Hal ini juga didukung dengan riset sebelumnya, dimana diketahui bahwa olahan pisang merupakan salah satu produk dengan penjualan tertinggi di Indonesia (Wardah & Iskandar, 2016). Meskipun begitu, UPPKS sejahtera masih belum memaksimalkan potensi ini, baik secara pemasaran ataupun inovasi produk baru. Hal ini disebabkan dengan adanya *gap knowledge* terkait peralatan ataupun media yang bisa digunakan sehingga menyebabkan keraguan. Maka dari itu, pada kegiatan pengabdian yang dilakukan, tim berfokus untuk mengembangkan wawasan dari mitra dengan memberikan pelatihan terkait alat yang dapat digunakan untuk menangkap potensi – potensi ini.



**Gambar 2.** Kondisi eksisting produk UPPKS Sejahtera (a) dan tren varian olahan pisang serta kemasan terkini di media sosial (b)

## 2. METODE PENGABDIAN

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian Universitas Wahid Hasyim membagi kegiatan menjadi beberapa tahap sebagai berikut :

- a. Pelatihan & sosialisasi platform iklan berbayar untuk menunjang pemasaran digital.
 

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi dilaksanakan secara tatap muka dengan metode pemaparan materi yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah wawasan dari mitra terkait potensi dalam menggunakan jasa penyedia iklan digital berbayar.
- b. Pelatihan & sosialisasi google trends sebagai alat analisis pasar.
 

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi dilaksanakan secara tatap muka dengan metode pemaparan materi yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah wawasan dari mitra terkait potensi dalam penggunaan Google trend untuk melakukan analisis pasar guna menentukan area pemasaran potensial serta pengembangan produk baru.
- c. Pendampingan proses pengemasan.
 

Kegiatan pendampingan ini dilakukan secara langsung kepada mitra dimana tujuan dari kegiatan ini adalah membantu mitra dalam menyusun dan membuat label untuk varian produk terbarunya. Label yang dibuat harus mengikuti arahan dari BPOM karena akan digunakan menjadi salah satu komponen dalam proses pengurusan sertifikasi PIRT.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan dari bulan Juni – November 2024 mendapatkan hasil sebagai berikut :

- a. Pelatihan & sosialisasi pemasaran digital berbasis iklan berbayar.
 

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi terkait pemasaran digital berbasis iklan berbayar dimulai dengan sesi pemaparan materi yang dilakukan oleh Fandy Indra Pratama, S.Kom., M.Kom yang merupakan anggota tim dari jurusan Teknik informatika seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3. Pemateri menyampaikan berbagai beberapa platform yang dapat digunakan untuk melakukan proses pengiklan berbayar dimana salah satunya adalah facebook seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4.



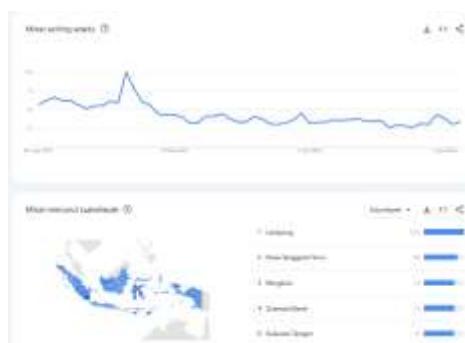
**Gambar 3.** Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital.



**Gambar 4.** Salah satu materi yang disampaikan untuk mengenalkan platform iklan digital berbayar

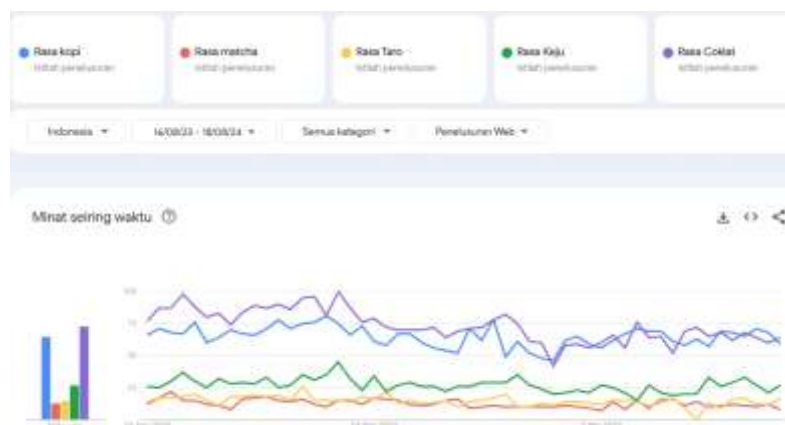
b. Pelatihan & sosialisasi Google Trends sebagai penunjang iklan digital berbayar

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi terkait pemanfaatan Google Trends sebagai penunjang iklan digital berbayar dimulai dengan sesi pemaparan materi yang dilakukan oleh Fandy Indra Pratama, S.Kom., M.Kom seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5. Pemateri menunjukkan dan menjelaskan pemanfaatan Google Trend sebagai penyedia data dalam mendukung proses pemasaran digital berbasis iklan berbayar. Hal ini menjadi sangat penting dikarenakan iklan yang berbayar apabila tidak memiliki cakupan dan target yang jelas akan berdampak pada penggunaan anggaran yang sia – sia (Iankovets, 2023). Tidak hanya untuk mendukung proses pemasaran, google trends juga memiliki dampak yang positif dalam perencanaan produk baru. Hal ini dikarenakan google trends dapat memberikan *insight* terkait minat konsumen terhadap produk baru (Javadinia & Lorenz, 2022).



**Gambar 5.** Persebaran minat keripik pisang di Indonesia

Pada kegiatan ini, peserta juga diajak oleh pemateri untuk secara langsung menggunakan google trend secara Bersama – sama untuk melihat persebaran minat pasar Indonesia mengenai produk keripik pisang. Seperti yang terlihat pada gambar 5, diketahui bahwa permintaan keripik pisang selama 1 tahun kebelakang memiliki peningkatan yang cukup tinggi pada bulan Oktober – November dengan daerah yang memiliki minat terbesar adalah Lampung yang kemudian disusul dengan Nusa Tenggara Timur. Data ini kemudian akan digunakan untuk mengatur target area pada pengaturan berbayar Selain itu, diketahui juga bahwa terdapat penurunan trend terhadap permintaan keripik pisang, sehingga diperlukan inovasi untuk meningkatkan potensi penjualan salah satunya adalah dengan menggunakan rasa yang kekinian. Peserta kemudian diajak untuk mengetahui rasa – rasa yang cukup populer di Indonesia melalui google trend. Seperti yang terlihat pada Gambar 6, diketahui bahwa rasa coklat dan rasa kopi cukup mendominasi di Indonesia, sehingga berdasarkan dari data yang diperoleh, peserta sekaligus mitra menyepakati untuk membuat produk dengan varian rasa tersebut.



**Gambar 6.** Perbandingan minat rasa makanan di Indonesia

c. Pendampingan pembuatan label untuk varian produk dengan rasa terbaru

Pendampingan pembuatan label bertujuan untuk memastikan label yang digunakan untuk produk baru yang akan dibuat oleh mitra sesuai dengan arahan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dimana suatu label produk pangan harus berisi informasi seperti nama produk, komposisi, berat bersih, logo halal (apabila telah tersertifikasi), tanggal dan kode produksi, keterangan kadaluarsa, asal usul bahan pangan tertentu, informasi nilai gizi (bila ada), nama produsen, alamat produsen, dan keterangan lainnya yang diperlukan dalam memperjelas produk tersebut (BPOM, 2018). Label yang telah dibuat kemudian digunakan sebagai salah satu komponen untuk melengkapi syarat administrasi penerbitan izin PIRT. Hal ini menjadi penting karena sertifikat PIRT diperlukan sebagai bentuk komitmen dari pelaku usaha pangan yang tentunya akan merepresentasikan kredibilitas dari pelaku usaha tersebut (Suprpto dkk., 2020). Gambar 7 menunjukkan label yang telah dibuat.



Gambar 7. Label baru

Seluruh rangkaian acara yang dilakukan dihadiri oleh 20 peserta dengan penuh antusiasme, acara diakhiri dengan sesi foto Bersama dengan seluruh peserta dan beserta perwakilan dari kelurahan Ngareanak yang mengikuti acara dari awal hingga akhir seperti yang terlihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Foto Bersama diakhir acara.

#### 4. KESIMPULAN

Kecamatan Singorojo di Kendal, Jawa Tengah, memiliki potensi besar dalam produksi pisang, dengan hasil panen mencapai 12.282 kuintal pada 2021. Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) "Sejahtera" di Ngareanak memanfaatkan potensi ini dengan memproduksi keripik dan stik pisang, namun masih terbatas pada pemasaran konvensional. Melalui kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim Universitas Wahid Hasyim, UPPKS mendapatkan pelatihan mengenai pemasaran digital berbayar dan penggunaan Google Trends untuk menganalisis pasar serta inovasi produk. Hasilnya, UPPKS mampu mengidentifikasi potensi wilayah pemasaran baru dan menciptakan varian produk dengan rasa coklat dan kopi yang populer. Selain itu, tim juga membantu dalam pembuatan label produk sesuai dengan standar BPOM untuk pengurusan izin PIRT.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan dalam mendanai kegiatan pengabdian ini melalui DRTPM skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun 2024 dengan nomor kontrak induk 108/E5/PG.02.00.PL/2024 dan nomor kontrak turunan 15/LL6/PG.BATCH2/AL.04/202, 24/LP2M-UWH/PKM/VIII/2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPOM. (2018). *Label Pangan Olahan*. BPOM RI.
- Iankovets, T. (2023). Media planning of digital advertising campaigns. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6(13 (126)), 42–53. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.293074>
- Javadinia, A., & Lorenz, M. (2022). *Google, Google on the Wall: Which One Is the Most Successful New Product Demonstration of Them All? An Abstract* (hlm. 369–370). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-95346-1\\_114](https://doi.org/10.1007/978-3-030-95346-1_114)
- Pemerintah Kecamatan Singorojo. (2023). *Profil Desa Ngareanak, Kecamatan Singorojo*.
- Suprpto, R., Wahyuddin Azizi, Z., & Rembang, S. Y. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. Dalam *Riset Ekonomi Manajemen* (Vol. 3).
- Wardah, S., & Iskandar. (2016). ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN PRODUK KERIPIK PISANG KEMASAN BUNGKUS (Studi Kasus : Home Industry Arwana Food Tembilahan). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 11(3).