

Pengembangan Teknologi Tepat Guna dan Penerapan *Digital Marketing* pada Pelaku Kelompok UMKM Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar

Suwarto¹, Agung Wibowo^{1*}, Ravik Karsidi², dan Putri Permatasari¹

¹Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret

²Program Studi Studi S3 Penyuluhan Pembangunan Universitas Sebelas Maret

***Corresponding Author : agungwibowo@staff.uns.ac.id**

Abstrak

Berdasarkan *need assessment* yang dilakukan Tim PKM di Desa Karanglo di Kabupaten Karanganyar untuk memberdayakan Pengrajin Kripik di wilayah setempat, permasalahan yang dihadapi mitra adalah (1) bagaimana memproduksi kripik yang efisien dan menguntungkan? (2) bagaimanakah strategi meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan para pelaku UMKM dalam implementasi *digital marketing* untuk pengembangan usaha ini? (3) bagaimana bentuk-bentuk implementasi digital marketing yang dilakukan oleh para pengrajin kripik pisang supaya bisa menjalin kemitraan usaha dan memperluas pangsa pasarnya?. Oleh karena itu solusi yang dilakukan adalah diseminasi inovasi teknologi tepat guna dan pendampingan pada kelompok itu agar bisa berkembang dan mampu membangun jejaring kemitraan usaha agar segmentasi pemasarannya semakin luas dan usahanya berkembang. Metode yang dipakai dalam pencapaian tujuan tersebut adalah: (1) pengorganisasian kelompok; (2) diseminasi inovasi teknologi tepat gunan; (3) kegiatan pelatihan-pelatihan tekni dan manajemen usaha; (4) pendampingan, dan (5) pengembangan jejaring kemitraan. Kegiatan pengabdian meliputi: pendidikan dan latihan (diklat) tentang teknik pengolahan makanan, pelatihan implementasi digital marketing, fasilitasi dan pelatihan pengembangan kapasitas produksi, dan meningkatkan motivasi pengembangan kelembagaan.

Kata kunci: digital marketing, kripik, teknologi tepat guna, ubi jalar.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang kaya akan potensi ekonomi mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sektor UMKM memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan memberikan dampak signifikan pada penciptaan lapangan kerja (Mulyono, 2021; Sarif, 2023; Setyowati et al., 2024). Salah satu bentuk UMKM yang khas adalah kelompok pengusaha Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, yang memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang. Untuk mendukung pertumbuhan mereka, pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing menjadi langkah yang penting.

Kecamatan Tawangmangu, yang terletak di Kabupaten Karanganyar, merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang terkenal dengan produksi ubi jalar. Ubi jalar merupakan salah satu komoditas pertanian unggulan di daerah tersebut dan menjadi sumber pendapatan utama bagi sebagian besar masyarakat, terutama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meskipun memiliki potensi yang besar, pelaku UMKM ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran produk mereka. Pemasaran yang tradisional dan kurangnya penetrasi pasar modern menjadi beberapa masalah yang dihadapi, yang menyebabkan keterbatasan dalam meningkatkan skala produksi dan pendapatan.

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023
Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

Untuk mengatasi tantangan ini, pengembangan Teknologi Tepat Guna (TTG) dan penerapan Digital Marketing menjadi solusi yang potensial. Teknologi tepat guna dapat membantu meningkatkan efisiensi produksi (Paramartha et al., 2020; Setiyowati et al., 2022; Tampubolon et al., 2022), sementara digital marketing dapat membuka akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan eksposur produk UMKM ke pasar lokal, nasional, maupun internasional (Rahmawati & Ikaningtyas, 2023; Taufikurrahman et al., 2023). Dengan pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing, diharapkan pelaku UMKM dapat mengoptimalkan potensi produksi mereka, meningkatkan daya saing produk, dan meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat (Azizah & Ikaningtyas, 2023; Hilabi & Aminah, 2024; Suhendar et al., 2024). Selain itu, langkah ini juga diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan berkontribusi pada pembangunan daerah secara keseluruhan.

Kabupaten Karanganyar sendiri menjadi percontohan dalam pelaksanaan Program Desa Vokasi di Wilayah Jawa Tengah, dengan 8 desa sebagai targetnya, salah satunya Desa Karanglo. Melalui program kemitraan, diharapkan terjadi berbagai peningkatan yang berujung pada meningkatnya tingkat kesejahteraan ekonomi masyarakat desa tersebut. Di Desa Karanglo sendiri, Program Desa Vokasi dilaksanakan dengan membentuk kelompok-kelompok vokasi sesuai dengan potensi wilayah. Kelompok tersebut adalah: (1) Kelompok Pengrajin Keripik Ketela (Ubi Jalar), (2) Kelompok Pertukangan Kayu, (3) Kelompok Pertanian, (4) Kelompok Menjahit, (5) Kelompok Pengrajin Rambak Kulit.

Ubi Jalar adalah salah satu komoditas pertanian yang sangat berpotensi di Kabupaten Karanganyar. Kondisi geografis dan iklim yang mendukung, bersama dengan pengetahuan petani lokal, membuat produksi ubi jalar berkualitas tinggi. Namun, untuk mengambil keuntungan penuh dari potensi ini, penting bagi kelompok UMKM ubi jalar di Karanganyar untuk mengadopsi teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing. Kelompok Ketela (Ubi Jalar) merupakan kelompok yang paling potensial berkembang. Hal ini karena Desa Karanglo merupakan sebuah desa yang sangat potensial untuk tanaman ubi jalar ungu di daerah Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Ada bermacam-macam olahan ubi jalar yang ada di Desa Karanglo, yaitu kripik ketela, grubi dan stik. Selain pengolahan ketela ada produksi kripik pisang. Ada 16 UKM pengolahan ketela dan pisang yang tersebar di dusun-dusun di Desa Karanglo. Setiap UKM bisa menyerap 5 s.d 10 orang tenaga kerja.

Masyarakat Desa Karanglo sebagian besar bekerja pada sektor pertanian dan industri kreatif berbasis ekonomi produktif. Masyarakat mayoritas menjadi petani karena mayoritas masyarakat di Desa Karanglo sebagian besar memiliki lahan pertanian yang luas. Industri kreatif berbasis ekonomi produktif yang berkembang di Desa Karanglo berupa usaha rumahan makanan ringan olahan ubi jalar. Pada gambar 1 terlihat tanaman ubi jalar yang tumbuh sangat subur di wilayah Desa Karanglo.

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023

Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045



Gambar 1. Lahan Ubi Jalar di Desa Karanglo Kecamatan Tawangmangu

Metode

Tahap awal dari pengabdian adalah melakukan studi untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu terkait dengan produksi dan pemasaran produk mereka. Ini dapat dilakukan melalui wawancara, survei, dan diskusi kelompok dengan pelaku UMKM. Berdasarkan hasil identifikasi, tim pengabdian dapat mengembangkan solusi teknologi tepat guna yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lokal pelaku UMKM ubi jalar. Ini bisa berupa pengembangan mesin-mesin pertanian sederhana yang efisien, penggunaan teknik pengolahan yang tepat, atau penggunaan bahan pengemas ramah lingkungan. Langkah ini juga mencakup penyediaan pelatihan dan pelatihan kepada pelaku UMKM tentang cara menggunakan teknologi tersebut dengan baik dan aman. Mengadakan sesi pelatihan intensif tentang digital marketing kepada pelaku UMKM. Pelatihan mencakup topik seperti pembuatan konten media sosial yang menarik, pengelolaan kampanye iklan online, analisis data digital, dan penerapan strategi pemasaran melalui platform online lainnya. Selain itu, memberikan panduan praktis tentang cara menggunakan platform digital tertentu, seperti Facebook, Instagram, atau Google Ads, untuk memaksimalkan visibilitas produk UMKM ubi jalar.

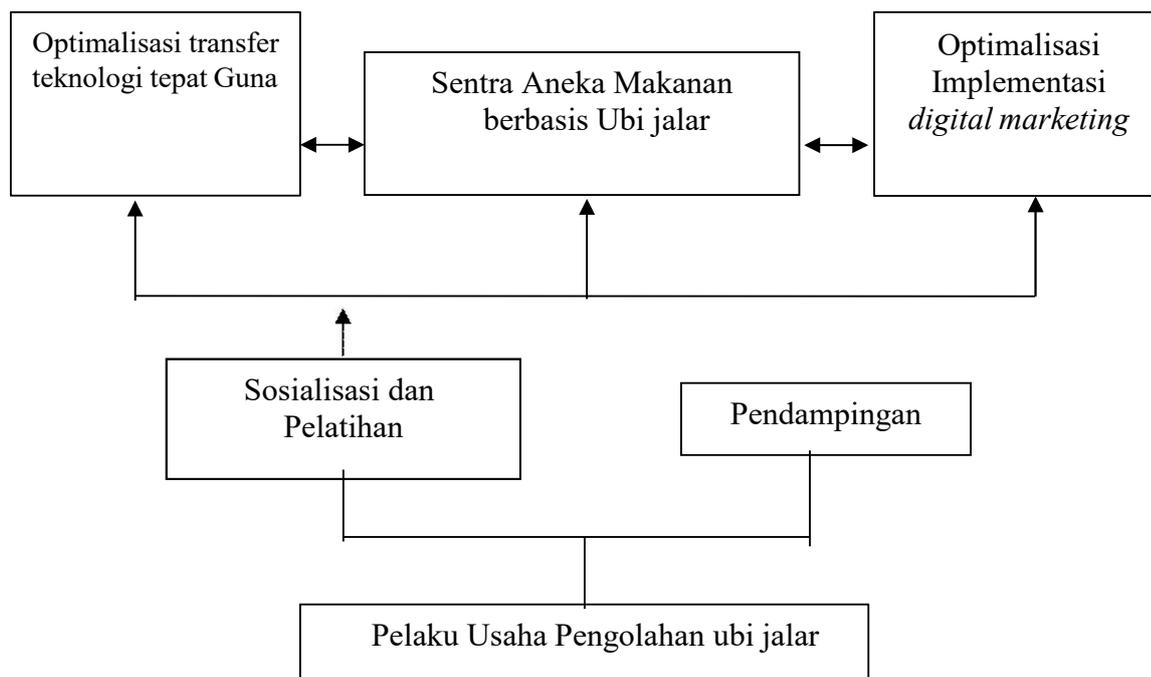
Selanjutnya melakukan pengujian dan evaluasi terhadap solusi teknologi tepat guna yang dikembangkan dan strategi digital marketing yang diterapkan. Ini dilakukan dengan melibatkan partisipasi aktif dari pelaku UMKM untuk mendapatkan umpan balik dan saran perbaikan. Evaluasi juga mencakup analisis terhadap dampak implementasi solusi ini terhadap peningkatan produktivitas, kualitas produk, akses pasar, dan pendapatan pelaku UMKM. Setelah implementasi awal, tim pengabdian akan memberikan pendampingan dan pembinaan lanjutan kepada pelaku UMKM. Hal ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan kesinambungan dari penggunaan teknologi tepat guna dan strategi digital marketing. Pendampingan juga mencakup membantu

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023

Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

pelaku UMKM dalam mengatasi hambatan dan tantangan yang mungkin muncul selama proses implementasi, serta memberikan dorongan dan dukungan dalam pengembangan usaha mereka.

Melalui metode pengabdian ini, diharapkan pelaku UMKM ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu dapat meningkatkan kapasitas mereka dalam mengadopsi teknologi tepat guna dan digital marketing, sehingga mampu meningkatkan produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan usaha mereka.



Gambar 2. Metode Pelaksanaa Pengabdian Masyarakat

Hasil dan Pembahasan

Mitra pengabdian Program Kemitraan Masyarakat ini adalah Kelompok Akar Mulya dengan ketua Bapak Gito yang beralamat di Desa Karanglo Kecamatan Rawangmangu Kabupaten Karangnayar. Berikut disajikan matrik profil mitra.

Tabel 1. Profil Kelompok Akar Mulya

| Nama Anggota | Jumlah Pekerja (dalam dan luar) | Kebutuhan Bahan Baku/Hari (kwintal) | Jumlah Produksi Per Hari (Kg) |
|--------------|------------------------------------|--|----------------------------------|
| Gito | 10 | 8.5 | 350 |
| Sugiman | 4 | 3.0 | 125 |
| Larno | 5 | 6.0 | 300 |
| Marinah | 3 | 2.5 | 125 |
| Dwiyanto | 10 | 9.0 | 400 |
| Sudirman | 4 | 3.5 | 250 |
| Paijo | 6 | 6.2 | 325 |
| Siti Aminah | 4 | 2.0 | 100 |
| Sular | 4 | 5.0 | 300 |

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023

Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

| Nama Anggota | Jumlah Pekerja (dalam dan luar) | Kebutuhan Bahan Baku/Hari (kwintal) | Jumlah Produksi Per Hari (Kg) |
|---------------------|--|--|--|
| Sumadi | 8 | 4.2 | 260 |
| Karsono | 10 | 9.5 | 450 |
| Jumadi | 4 | 4.0 | 350 |
| Harsono | 5 | 3.5 | 325 |
| Dwi Mulyanto | 4 | 2.5 | 275 |
| Yatno | 7 | 8.0 | 375 |
| Nurjanah | 6 | 7.2 | 350 |
| | Jumlah | 84,6 | 4660 |

Sumber data: Analisis data Primer 2023

Pengembangan teknologi tepat guna berfokus pada peningkatan efisiensi produksi dan kualitas produk ubi jalar. Dengan adanya teknologi seperti mesin-mesin pertanian sederhana yang efisien dan penggunaan teknik pengolahan yang tepat, pelaku UMKM ubi jalar dapat meningkatkan produktivitas dan menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM dilengkapi dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi tepat guna ini dengan baik dan aman.

Penerapan digital marketing. Penerapan digital marketing bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk UMKM ubi jalar di pasar lokal, nasional, dan internasional. Melalui pelatihan digital marketing, pelaku UMKM dilengkapi dengan keterampilan dalam menggunakan platform online untuk memasarkan produk mereka secara efektif. Strategi pemasaran online, seperti pembuatan konten media sosial yang menarik dan pengelolaan kampanye iklan online, dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk.

Peningkatan penjualan dan pendapatan. Melalui pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing, pelaku UMKM ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu mengalami peningkatan penjualan dan pendapatan. Dengan efisiensi produksi yang ditingkatkan dan akses pasar yang lebih luas melalui digital marketing, mereka dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Penjualan yang meningkat secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Penguatan komunitas dan jaringan. Pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing juga membantu memperkuat komunitas dan jaringan antar pelaku UMKM ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu. Melalui kolaborasi dan pertukaran informasi, mereka dapat saling mendukung dan memperkuat potensi ekonomi lokal secara bersama-sama. Pentingnya kesinambungan dan keberlanjutan dari program ini sangat diperhatikan. Dengan memberikan pelatihan, pendampingan, dan bimbingan lanjutan, diharapkan pelaku UMKM dapat terus menggunakan teknologi tepat guna dan menerapkan strategi digital marketing secara efektif dalam jangka panjang. Kesinambungan ini juga dapat didukung oleh adanya kerjasama antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam menyediakan dukungan teknis dan sumber daya yang diperlukan. Melalui hasil dan pembahasan ini, dapat disimpulkan bahwa pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. Dengan terus

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023

Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

mendukung dan memperkuat program ini, diharapkan dapat terus memberikan manfaat jangka panjang bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat setempat.



Gambar 3. Teknologi Tepat Guna Yang di Introduksi di Sentra Pisang

Pemecahan Permasalahan di bidang manajemen

Pemecahan permasalahan di bidang manajemen pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing pada pelaku kelompok UMKM Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dapat menjadi kunci kesuksesan dalam meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan akses pasar bagi pelaku UMKM tersebut. Berikut adalah beberapa langkah pemecahan permasalahan yang dilakukan: pertama, pelatihan dan pendidikan, upaya pertama adalah memberikan pelatihan dan pendidikan yang intensif kepada pelaku umkm ubi jalar tentang teknologi pertanian tepat guna dan digital marketing. Ini termasuk pelatihan dalam penggunaan perangkat pertanian modern, seperti irigasi dan alat pemantau cuaca, serta pelatihan dalam manajemen media sosial, iklan berbayar, dan analisis data digital. Kedua, pendampingan dan konsultasi: membangun program pendampingan yang berkelanjutan untuk membantu pelaku umkm dalam menerapkan teknologi tepat guna dan strategi digital marketing. Pendampingan ini dapat dilakukan oleh ahli lokal atau pihak luar yang memiliki keahlian dalam teknologi dan pemasaran digital. Ketiga, pusat sumber daya: membangun pusat sumber daya atau sentra inovasi di daerah tersebut yang menyediakan akses ke perangkat pertanian modern, perangkat lunak digital, dan sumber daya lainnya yang diperlukan. Pusat ini juga dapat menyediakan pelatihan dan dukungan teknis. Keempat, kolaborasi dengan lembaga pendidikan: berkolaborasi dengan lembaga pendidikan setempat, seperti perguruan tinggi atau sekolah pertanian, untuk mengadakan program pelatihan dan penelitian bersama. Ini dapat meningkatkan kualifikasi petani dan mempromosikan penelitian inovatif di sektor pertanian. Kelima, subsidi teknologi: tim pengabdian PKM memberikan subsidi atau insentif untuk kelompok pelaku UMKM. Keenam, jaringan dan kemitraan: membangun jaringan dan kemitraan dengan pihak-pihak terkait, seperti lembaga keuangan, perusahaan teknologi, dan asosiasi petani, untuk mendukung pelaku umkm dalam hal pembiayaan, pemasaran bersama, dan pengembangan pasar. Hal itu dilakukan karena salah satu kendala dalam pengembangan

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023

Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

kelompok usaha ekonomi produktif di pedesaan adalah masih minimnya pengetahuan teknis maupun manajemen di dalam pengembangan usaha. Kemauan para pengrajin olahan ubi jalar di dalam meningkatkan kapasitas SDM sangat rendah. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memperkuat mengembangkan wawasan para pelaku pengrajin olahan pisang agar membangun sebuah kelembagaan usaha yang berbadan hukum agar bisa bermitra dengan perusahaan dengan prinsip saling memperkuat dan mengembangkan.



FP UNS Gelar Pelatihan Digital Marketing di Sentra Keripik Tawangmangu

Fakultas Pertanian (FP) Universitas Sebelas Maret (UNS) melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) menyelenggarakan serangkaian kegiatan pelatihan untuk menunjang pengembangan sentra keripik di Desa Karanglo, Kecamatan Tawangmangu, Karanganyar.

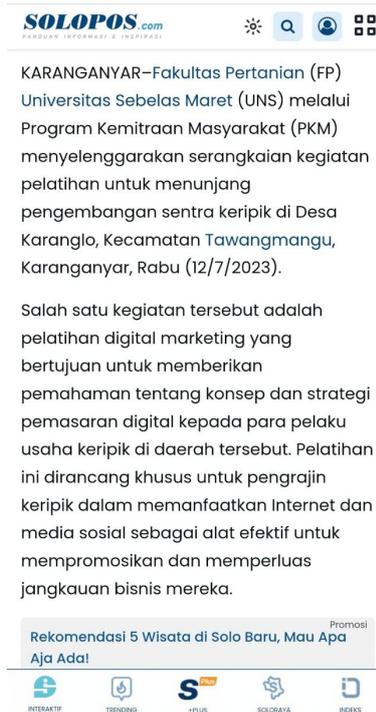
Rabu, 12 Juli 2023 – 23:30 WIB
Editor: Haryono Wahyudiyanto

SHARE     



SOLOPOS.COM - Penandatanganan serah terima bantuan mesin peniris dari Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret (UNS) kepada Kelompok Akar Mulya Desa Karanglo, Kecamatan Tawangmangu, Karanganyar, Rabu (12/7/2023). (Istimewa)

KARANGANYAR–Fakultas Pertanian (FP)

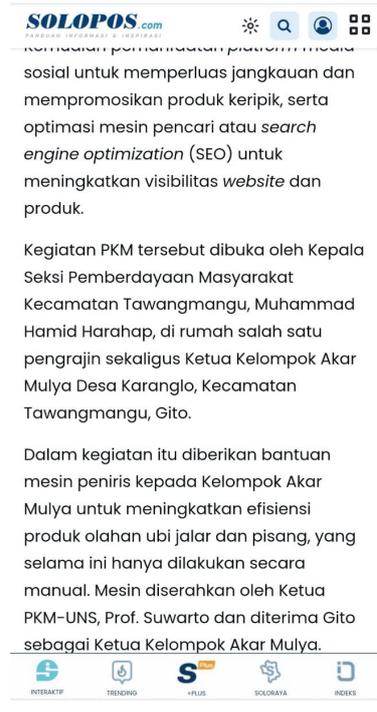


KARANGANYAR–Fakultas Pertanian (FP) Universitas Sebelas Maret (UNS) melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) menyelenggarakan serangkaian kegiatan pelatihan untuk menunjang pengembangan sentra keripik di Desa Karanglo, Kecamatan Tawangmangu, Karanganyar, Rabu (12/7/2023).

Salah satu kegiatan tersebut adalah pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang konsep dan strategi pemasaran digital kepada para pelaku usaha keripik di daerah tersebut. Pelatihan ini dirancang khusus untuk pengrajin keripik dalam memanfaatkan internet dan media sosial sebagai alat efektif untuk mempromosikan dan memperluas jangkauan bisnis mereka.

Rekomendasi 5 Wisata di Solo Baru, Mau Apa Aja Adak!

INTERAKTIF    



Kemauan pemanfaatan platform media sosial untuk memperluas jangkauan dan mempromosikan produk keripik, serta optimasi mesin pencari atau *search engine optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas *website* dan produk.

Kegiatan PKM tersebut dibuka oleh Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Kecamatan Tawangmangu, Muhammad Hamid Harahap, di rumah salah satu pengrajin sekaligus Ketua Kelompok Akar Mulya Desa Karanglo, Kecamatan Tawangmangu, Gito.

Dalam kegiatan itu diberikan bantuan mesin peniris kepada Kelompok Akar Mulya untuk meningkatkan efisiensi produk olahan ubi jalar dan pisang, yang selama ini hanya dilakukan secara manual. Mesin diserahkan oleh Ketua PKM-UNS, Prof. Suwanto dan diterima Gito sebagai Ketua Kelompok Akar Mulya.

INTERAKTIF    

Selanjutnya, kegiatan pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan bekal pengetahuan dan ketrampilan teknis terkait bidang usaha. Kegiatan pelatihan ini meliputi kegiatan yang direncanakan sesuai dengan kebutuhan para pengrajin olahan pisang. Selanjutnya, berdasarkan diskusi dengan para pengrajin yang tergabung dalam kelompok pengrajin, maka pelatihan-pelatihan yang diinginkan adalah pelatihan manajemen usaha.

Pemecahan permasalahan di bidang pemasaran

Pemecahan permasalahan di bidang pemasaran pada Pelaku Kelompok UMKM Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar memerlukan langkah-langkah konkret untuk memaksimalkan potensi digital marketing. Berikut ini adalah beberapa strategi pemecahan permasalahan dalam bidang pemasaran untuk kelompok UMKM ubi jalar di daerah tersebut: pertama, pembuatan situs web dan toko online: Bantu pelaku UMKM ubi jalar untuk membuat situs web resmi dan toko online. Ini akan memungkinkan mereka untuk mempromosikan produk mereka secara online dan menerima pesanan secara digital. Dalam situs web ini, informasi tentang jenis ubi jalar yang mereka tawarkan, harga, testimoni pelanggan, dan kontak harus tersedia dengan jelas. Kedua, Optimisasi SEO: situs web dan toko online pelaku UMKM dioptimalkan untuk mesin pencari (SEO). Ini akan membantu situs mereka muncul dalam hasil pencarian ketika calon pelanggan mencari produk ubi jalar. Ini adalah langkah penting untuk meningkatkan visibilitas online. Ketiga, manajemen media sosial: pelatihan tentang manajemen media sosial yang efektif,

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023

Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Posting secara konsisten, berbagi konten berkualitas, dan berinteraksi dengan pelanggan adalah kunci kesuksesan dalam pemasaran media sosial. Keempat, fasilitasi Iklan berbayar: Pelaku UMKM dapat memanfaatkan iklan berbayar di platform media sosial seperti Facebook Ads atau Instagram Ads. Hal ini dimaksudkan untuk memahami bagaimana membuat kampanye iklan yang efektif dengan menargetkan audiens yang tepat. Kelima, fasilitasi kemitraan dan kolaborasi untuk menjalin kemitraan dengan pihak-pihak terkait seperti restoran lokal, pasar swalayan, atau produsen makanan. Ini dapat membantu meningkatkan distribusi produk mereka dan menciptakan peluang pemasaran bersama.

Tabel 2. Permasalahan dan Solusi Pengembangan Kripik Ungu di Desa Karanglo Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar

| No | Permasalahan | Solusi yang ditawarkan |
|----|--|--|
| 1 | Aspek pengemasan, pengemasan belum standart sehingga belum mampu menyentuh pasar yang luas | Introduksi alat dan pelatihan dalam rangka peningkatan kuantitas dan kualitas produk |
| 2 | Ketidakterdayaan pengrajin di dalam penggunaan teknologi informasi untuk pemasaran produk | Implementasi digital marketing untuk memperluas pangsa pasar |
| 3 | Lemahnya pengrajin di alam membangun jejaring pasar dan kemitraan dengan stakehoders | Pengembangan kelembagagaan usaha |

Sumber: Analisis hasil wawancara mendalam dan diskusi dengan pelaku UMKM

Dilihat dari aspek pemasaran, produk pelaku UMKM di desa ini hanya dipasarkan di sekitar wilayah ini. Oleh karena itu, tim PKM ini memfasilitasi dalam membangun jejaring dengan stakeholders untuk pengembangan usaha dan kemitraan bisnis. Pengembangan jaringan bisnis dilakukan melalui introduksi teknologi pengemasan dan implementasi *digital marketing*. Selanjutnya fasilitasi kemitraan, tim PKM memfasilitasi kerja sama dengan para distributor atau penjual oleh-oleh khas wilayah Solo Raya. Hal itu semua dilakukan karena pada dasarnya setiap individu itu memiliki daya, hanya saja kadar daya itu akan berbeda antara satu individu dengan individu yang lain. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai Social-faktor yang saling terkait (*interlinking factor*) antara lain seperti pengetahuan, kemampuan, status, harta, kedudukan dan jenis kelamin. Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh ketrampilan, pengetahuan dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya (Boyadjieva & Ilieva-Trichkova, 2021; Joseph, 2020; Nguyen et al., 2022). Dengan demikian diseminasi inovasi dan pengembangan kemitraan pengrajin Kripik Ubi Ungu ini merupakan wahana transfer teknologi tepat guna kepada para pelaku UMKM yang tergabung dalam kelompok pengrajin agar terjadi peningkatan kuantitas dan kualitas produksi yang bermuara pada peningkatan keuntungan para pelaku UMKM.

Secara teknis ada beberapa kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah sebagai berikut: (1) melakukan introduksi teknologi tepat guna dan pelatihan dalam rangka peningkatan

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023

Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

kuantitas dan kualitas produk; (2) memfasilitasi kerja sama antara pelaku UMKM di Desa Karanglo Kecamatan Tawangmangu dengan stakeholders (pemasok bahan baku, koperasi, Soci penjual makan khas maupun dengan supermarket (2) memfasilitasi *implementasi digital marketing* untuk mengenalkan ke khalayak; (3) mengembangkan kapasitas kelembagaan sebagai prasyarat untuk membangun jejaring kemitraan usaha.

Pendampingan

Pendampingan pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing memiliki dampak positif pada pelaku kelompok UMKM ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. Adopsi teknologi pertanian tepat guna meningkatkan produktivitas dan kualitas produk, sementara penerapan digital marketing membuka akses pasar yang lebih luas. Namun, masih ada ruang untuk perbaikan. Meskipun sebagian besar petani telah mengadopsi teknologi pertanian, ada beberapa yang masih perlu diberikan pelatihan dan pendampingan lebih lanjut. Selain itu, penerapan digital marketing dapat ditingkatkan dengan lebih banyak pelatihan tentang manajemen media sosial dan iklan berbayar. Pemerintah setempat dan lembaga terkait dapat memainkan peran penting dalam memberikan dukungan teknis dan pendanaan untuk pengembangan lebih lanjut. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan pihak swasta dapat membantu dalam memberikan sumber daya yang diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dan digital marketing.

Kegiatan yang dilakukan dalam rangka pemberdayaan masyarakat ini, melalui kelompok UMKM ubi jalar sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, ketrampilan serta sikap/prilaku kelompok masyarakat agar supaya dapat memiliki kemampuan memecahkan permasalahan kegiatan ini mengacu seperti apa yang dikemukakan oleh . Kegiatan-kegiatan itu diantaranya adalah: (1) pendidikan dan latihan (diklat) tentang teknik pengolahan makanan yang baik dan benar; (2) Pelatihan implementasi *digital marketing*; (3) pengadaan alat pengemasan makanan disertai pelatihan pengoperasian dan perawatan (*maintenance*) alat tersebut; (4) pendampingan usaha dengan meningkatkan motivasi dan pengembangan usaha melalui kemitraan usaha dan rintisan jaringan bisnis penjualan secara *on line*; dan (5) monitoring, yang dilaksanakan selama program berlangsung dan berlanjut sampai setelah program berakhir (pasca program), sebagai upaya menjaga keberlanjutan (*sustainability*) program. Tahapan kegiatan, metode dan *output* yang dihasilkan dari program PKM ini seperti terlihat pada tabel 1

Kegiatan ini dilakukan melalui konsultasi dan pemecahan masalah bersama antara para pelaku UMKM dengan penyelenggara kegiatan terkait dengan permasalahan yang dihadapi kaitanya dengan usaha pengolahan pangan lokal. Ada empat cara yang akan dilakukan tim pelaksana kegiatan di dalam melakukan pendampingan :

Tabel 3. Tahapan Kegiatan, Metode dan Output Keberlanjutan Program

| No | Tahapan Kegiatan | Metode | Partisipasi Mitra dan Output |
|----|---|--|--|
| 1. | Pendidikan dan latihan (diklat) tentang teknik pengolahan makanan | Penyuluhan (ceramah) diskusi dan praktek | Pelaku UMKM dapat menerapkan pengolahan makanan secara baik dan benar dan bisa diterima oleh pasar |

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023

Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

| No | Tahapan Kegiatan | Metode | Partisipasi Mitra dan Output |
|----|--|--|---|
| 2. | Pelatihan implementasi <i>digital marketing</i> | Penyuluhan (ceramah) diskusi dan praktek | Pelaku UMKM dapat menjalankan sistem penjualan secara <i>on line</i> melalui web site yang telah dibangun maupun Social media |
| 3. | Fasilitasi dan Pelatihan pengembangan kapasitas produksi | Praktek | Pelaku UMKM dapat menerapkan proses produksi yang efisien dan bermuara pada peningkatan penjualan. |
| 4. | Meningkatkan motivasi pengembangan kelembagaan | Pendampingan | Pelaku UMKM mendapatkan mitra usaha |

Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini dan mendukung pelaku UMKM ubi jalar dalam mengembangkan kemampuan mereka dalam pemasaran digital, diharapkan mereka dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, mencapai pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya, meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan bisnis mereka. Pemecahan permasalahan ini akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan memperkuat peran UMKM ubi jalar dalam ekosistem ekonomi lokal. Keberhasilan program kegiatan Pengembangan Teknologi Tepat Guna dan Penerapan Digital Marketing pada Pelaku Kelompok UMKM Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dapat diukur dengan sejumlah indikator dan gambaran berikut: Pertama, Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM: Salah satu indikator utama keberhasilan adalah peningkatan pendapatan pelaku UMKM ubi jalar. Dengan meningkatnya produktivitas dan akses pasar, pendapatan mereka harus meningkat secara signifikan. Kedua, Akses ke Pasar yang Lebih Luas: Keberhasilan program juga dapat dilihat dari sejauh mana pelaku UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas, termasuk pasar di luar daerah Tawangmangu. Penjualan yang lebih tinggi di pasar lokal dan luar daerah adalah indikator positif. Ketiga, Adopsi Teknologi Tepat Guna: Tingkat adopsi teknologi pertanian yang tepat guna seperti irigasi modern, pemantauan cuaca, dan pemilihan benih unggul adalah gambaran keberhasilan. Semakin banyak petani yang mengadopsi teknologi ini, semakin baik. Keempat, Peningkatan Penggunaan Digital Marketing: Keberhasilan program dalam mendorong penerapan digital marketing dapat diukur dari peningkatan aktivitas online pelaku UMKM, seperti frekuensi posting di media sosial, jumlah pengikut atau "likes," dan konversi penjualan melalui platform digital.

Menurut (Ife & Tesoriero, 2008), ada empat unsur utama pemberdayaan masyarakat yang saling mengkait satu dengan lainnya. *Pertama*, pemberdayaan itu terfokus pada kinerja (performance focus). *Kedua*, kinerja yang baik berasal dari tim yang baik. *Ketiga*, pemberdayaan membutuhkan *visible leadership*. Memberdayakan masyarakat membutuhkan seorang pemimpin yang mempunyai visi. *Keempat*, pemberdayaan membutuhkan komunikasi yang baik (*good communication*). Selanjutnya ada empat kunci yang perlu diacu dalam rekonstruksi masyarakat melalui pemberdayaan yakni: akses informasi, partisipasi, akuntabilitas dan kapasitas keorganisasian local. Selain proses saling memahami dan saling belajar antar stakeholders, dalam proses pemberdayaan masyarakat mereka perlu secara bersama-sama mencari solusi pemecahan masalah

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023
Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

dengan mengedepankan pendekatan PLA (*Participatory Learning and Action*) daripada *blue print approach*.

Kesimpulan

Pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing merupakan langkah yang penting bagi kelompok UMKM ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, untuk meningkatkan produktivitas, meraih pasar yang lebih luas, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Pemerintah, lembaga non-pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya harus bekerja sama untuk memberikan dukungan dan pelatihan kepada kelompok UMKM ini agar mereka dapat mengadopsi teknologi ini dengan efektif. Dengan upaya bersama, UMKM ubi jalar di Karanganyar dapat menjadi contoh sukses dalam pengembangan sektor pertanian dan penerapan digital marketing di tingkat lokal. Pengembangan Teknologi Tepat Guna dan Penerapan Digital Marketing pada Pelaku Kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, merupakan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing, efisiensi, dan visibilitas produk mereka. Berikut adalah kesimpulan yang dapat ditarik dari implementasi kedua strategi ini. Melalui pengembangan teknologi tepat guna, pelaku UMKM ubi jalar dapat meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan pengolahan ubi jalar. Dengan demikian, mereka dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik dan dalam jumlah yang lebih besar. Penerapan digital marketing memberikan peluang bagi pelaku UMKM ubi jalar untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan menggunakan platform online, mereka dapat mencapai konsumen potensial tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional bahkan internasional, meningkatkan potensi penjualan dan pertumbuhan bisnis. Dampak dari pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing secara langsung tercermin dalam peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Dengan meningkatnya penjualan dan efisiensi produksi, mereka dapat meningkatkan pendapatan mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka dan komunitas sekitar. Program ini tidak hanya memberikan manfaat secara individu bagi pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat kolaborasi dan jaringan antar mereka. Melalui pertukaran pengalaman, pengetahuan, dan dukungan, mereka dapat saling membantu dan memperkuat potensi ekonomi lokal secara bersama-sama. Pentingnya kesinambungan dalam implementasi program ini harus diperhatikan. Dengan memberikan dukungan teknis dan pembinaan lanjutan, diharapkan pelaku UMKM dapat terus mengoptimalkan teknologi tepat guna dan strategi digital marketing mereka dalam jangka panjang. Dengan demikian, pengembangan teknologi tepat guna dan penerapan digital marketing pada pelaku kelompok UMKM Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar tidak hanya memberikan manfaat langsung dalam bentuk peningkatan produktivitas dan pendapatan, tetapi juga memberikan dampak yang positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

Azizah, F. N., & Ikaningtyas, M. (2023). Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan Untuk UMKM Kerupuk Udang Dan Payus Di Era Digital. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*,

Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3
Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Tahun 2023
Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045

I(3), 65–80.

- Boyadjieva, P., & Ilieva-Trichkova, P. (2021). *Adult education as empowerment*. Springer.
- Hilabi, A. H., & Aminah, S. (2024). Pengembangan Bisnis Online di Kalangan UMKM Kelurahan Wonorejo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *5(1)*, 538–543.
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). Community development: Alternatif pengembangan masyarakat di era globalisasi. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 265.
- Joseph, R. (2020). The theory of empowerment: A critical analysis with the theory evaluation scale. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, *30(2)*, 138–157.
- Mulyono, S. (2021). Strategi UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi. *Dampak Pandemi Terhadap*, 159.
- Nguyen, D. T. N., d’Hauteserre, A.-M., & Serrao-Neumann, S. (2022). Intrinsic barriers to and opportunities for community empowerment in community-based tourism development in Thai Nguyen province, Vietnam. *Journal of Sustainable Tourism*, *30(4)*, 723–741.
- Paramartha, D. N. A., Widyasari, R., Kurniawan, H., & Hidayat, A. F. (2020). Inovasi dan Optimasi Produk Olahan Pangan Berbasis Kelapa dengan Pendekatan Teknologi Tepat Guna. *Jurnal Pepadu*, *1(4)*, 546–554.
- Rahmawati, L., & Ikaningtyas, M. (2023). Penerapan Digital Marketing Untuk Mendukung UMKM Segigit Snack Di Kebumen. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, *1(3)*, 63–71.
- Sarif, R. (2023). Peran UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal*, *1(1)*, 68–73.
- Setiyowati, S. W., Gultom, A. F., Asna, A., & Dwanoko, Y. S. (2022). PKM Pengembangan Produk Makanan Olahan Bahan Baku Kedelai Pada Irt Bido Jaya Kabupaten Malang Melalui Implementasi Teknologi Produksi Tepat Guna. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, *6(4)*, 1996–2001.
- Setyowati, E., Yuliawan, D., Astuti, E. N., & Mahasti, H. S. G. D. (2024). Optimalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Pelatihan Dasar Manajemen di Desa Duri Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo. *Sewagati*, *8(1)*.
- Suhendar, E., Hapsari, A. T., Suaedah, S., Mariana, D., & Murodif, A. (2024). Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Pemberdayaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, *3(1)*, 274–281.
- Tampubolon, H., Sigit, S., & Muharom, M. (2022). Peningkatan Kapasitas Produksi Dengan Mesin Teknologi Tepat Guna Pembuatan Kue Bakpia Untuk UKM Di Surabaya. *Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Teknologi (DIMASTEK)*, *1(01)*, 1–6.
- Taufikurrahman, T., Azmi, A. U., Gestyaki, D. G. A., Wiyandari, R. E. P., & Putri, T. A. (2023). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Smille Bouquet Di Desa Kedungdalem. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, *2(2)*, 231–243.