

## PENINGKATAN MUTU, KEMASAN, DAN DIGITAL MARKETING PADA UKM KERIPIK PISANG DALAM UPAYA KEBANGKITAN EKONOMI PASCA PANDEMIK

Rossi Indiartho<sup>1\*</sup>, Muhammad Fedryansyah<sup>2</sup>, Edy Subroto<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Departement Teknologi Industri Pangan, Fakultas Teknologi Industri Pertanian,  
Universitas Padjadjaran, Indonesia

<sup>2</sup>Departement Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Padjadjaran, Indonesia  
[rossi.indiartho@unpad.ac.id](mailto:rossi.indiartho@unpad.ac.id)<sup>1</sup>, [m.fedryansyah@unpad.ac.id](mailto:m.fedryansyah@unpad.ac.id)<sup>2</sup>, [edy.subroto@unpad.ac.id](mailto:edy.subroto@unpad.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Pasca pandemik COVID-19 menuntut pelaku usaha kecil menengah (UKM) pangan untuk bangkit kembali, termasuk pada UKM Marin keripik pisang sebagai mitra utama. Namun yang menjadi permasalahan adalah kualitas produk tidak konsisten, kurang informasi dalam label kemasan, dan aspek pemasaran. Tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan ketrampilan mitra dalam memproduksi keripik pisang yang efektif dan efisien melalui praktik dan modernisasi mesin pengolahan keripik pisang, meningkatkan daya saing produk melalui labelisasi *nutrition facts*, dan meningkatkan pengetahuan mitra melalui pelatihan *digital marketing*, standar pangan untuk ekspor dan penguatan kelembagaan. Metode yang digunakan meliputi wawancara, praktik teknologi tepat guna dan pelatihan tentang *digital marketing*, standar pangan untuk ekspor dan penguatan kelembagaan yang diikuti 10 pelaku UKM pangan di sekitar Bandung. Hasil yang dicapai menunjukkan terjadi peningkatan ketrampilan mitra dalam mengolah pisang secara efektif dan efisien yang ditunjukkan penurunan lama waktu pemotongan pisang, penirisan minyak, dan pencampuran ingredien masing-masing hingga 87,5%, 96,7%, dan 90,0%. Sedangkan kapasitas bahan baku dan keripik pisang yang dihasilkan mengalami peningkatan masing-masing 66,7% dan 50,0%. Penggunaan *continuous sealer* dan labelisasi *nutrition facts* pada kemasan keripik pisang meningkatkan omset penjualan hingga 50,0%. Peserta pelatihan UKM pangan, 100% menyatakan sangat puas terhadap kegiatan ini karena meningkatkan pengetahuan yang baru dan bermanfaat sehingga perlu diadakan kembali pelatihan lanjutan.

**Kata Kunci:** Peningkatan Kualitas; *Digital Marketing*; Keripik Pisang; Pengemasan; UKM.

**Abstract:** After the COVID-19 pandemic, small and medium food enterprises (SMEs) are required to revive themselves, including Marin SMEs and banana chips as the main partners. However, the problems are inconsistent product quality, lack of information on packaging labels, and marketing aspects. This activity aims to improve partner skills to produce effective and efficient banana chips through the practice and modernization of banana chip processing machines, increase product competitiveness through labeling nutrition facts, and increase partner knowledge through digital marketing training, food standards for export, and institutional strengthening. The methods used included interviews, appropriate technology practices and training on digital marketing, food standards for export, and institutional strengthening, which were attended by ten food SMEs around Bandung. The results achieved show an increase in partners' skills in processing bananas effectively and efficiently, as indicated by a reduction in the length of time for cutting bananas, draining oil, and mixing ingredients by up to 87.5%, 96.7%, and 90.0%, respectively. The capacity of raw materials and banana chips produced also increased by 66.7% and 50.0%, respectively. The use of continuous sealer and nutrition facts labeling on banana chip packaging increases sales turnover by up to 50.0%. The 100% of the training participants from Food UKM stated that they were very satisfied with this activity because it increased new and useful knowledge, so further training was needed.

**Keywords:** Quality Improvement; *Digital Marketing*; Banana Chips; Packaging; SMEs.



#### Article History:

Received: 10-12-2023  
Revised : 26-01-2024  
Accepted: 26-01-2024  
Online : 22-02-2024



This is an open access article under the  
[CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

## A. LATAR BELAKANG

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Desa Cimekar, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung telah menjadi kontributor penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam produksi pangan olahan berbasis pisang. UKM Marin keripik pisang, merupakan salah satu UKM yang sudah merintis usahanya sejak tahun 2019. Produksi olahan pisang dalam bentuk keripik dimulai dengan penyediaan pisang sebagai bahan baku utama, serta garam, gula, dan rempah-rempah sebagai bahan pendukung (Makarawung et al., 2017). Pisang kapas yang digunakan sebagai bahan utama pada UKM ini diperoleh dari pasar induk, di daerah Bandung. Proses produksi keripik pisang dilakukan meliputi beberapa tahapan seperti pengupasan, pencucian, pemotongan tipis ( $\pm 1$  mm), penggorengan, penirisan, dan pemberian bumbu sesuai dengan varian rasa yang dihasilkan. Keripik pisang yang telah diproduksi dipasarkan melalui pusat perbelanjaan lokal di Bandung dan berdasarkan pemesanan (*made by order*).

Usaha keripik pisang tersebut mempunyai permasalahan terutama terkait lama produksi lebih dari 10 jam, mutu produk yang cenderung banyak minyak, proses pencampuran bumbu yang kurang efektif dan efisien dari segi waktu dan kualitas yang dihasilkan, permintaan konsumen terkait informasi kandungan nutrisi pada produk dan kendala untuk memperluas pemasaran. Keripik pisang diproses melalui penggorengan sehingga sisa minyak ada dapat menyebabkan ketengikan sehingga menurunkan umur simpan (Herawati et al., 2017; Manikantan et al., 2014). Oleh karena itu permasalahan tersebut menjadi prioritas solusi dengan perbaikan proses dan peningkatan mutu produk, misalnya menggunakan mesin *spinner* sebagai pengganti penirisan pada keripik pisang setelah penggorengan agar tetap bertekstur renyah dan tidak mudah tengik (Kramer & Twigg, 2017; Mufti et al., 2020).

Olahan pisang pada UKM ini dalam bentuk keripik pisang balut dalam tiga varian rasa, yaitu cokelat, *full cream*, dan *green tea*. Varian cokelat menjadi salah satu favorit yang paling laris di pasaran. Kemasan keripik pisang digunakan *standing pouch* aluminium foil dengan varian 65 g dan 100 g dan kemasan plastik *jar* (toples) 230 g. Olahan pisang sebenarnya memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi produk dengan nilai jual yang tinggi (Ihromi et al., 2020). Kemasan pada UKM ini sudah cukup baik, termasuk sudah ada legalitas PIRT dan halal. Namun perlu ditingkatkan terkait desain kemasan *printing* (cetak), yang saat ini masih menggunakan label stiker karena belum ada desain dan logo yang tetap pada produk. Selain itu konsumen juga sering menanyakan terkait kandungan nutrisi produk, yang belum ada pada informasinya pada kemasan. Oleh karena itu perlu peningkatan mutu kemasan dari segi kelengkapan informasi pada kemasan sehingga dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Label kemasan merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk (Lanamana et al., 2022).

Kemudian terkait penjualan keripik pisang, pemasaran masih dilakukan sesuai pesanan, juga bekerja sama dengan pusat perbelanjaan di Bandung seperti Rumah Mode, Borma Setiabudi, Gedung *Tourist Information Center* (TIC) Soreang, dan Kunafe Soreang serta melalui festival atau pameran produk pangan. Pemasaran secara *online* belum dikelola secara optimal. Cakupan penjualan ini masih berpotensi untuk diperluas jangkauannya melalui *digital marketing* menggunakan platform media sosial ataupun *e-commerce* seperti tokopedia, bukalapak dan shopee. Jangkauan pemasaran yang terbatas menyebabkan penjualan menjadi tidak stabil. Oleh karena itu, solusi untuk mengatasi permasalahan pada mitra dilakukan kegiatan untuk meningkatkan ketrampilan mitra dalam memproduksi keripik pisang yang efektif dan efisien melalui praktik penggunaan mesin pengolahan keripik pisang, meningkatkan daya saing produk melalui labelisasi *nutrition facts*, dan meningkatkan pengetahuan mitra melalui pelatihan digital marketing, standar pangan untuk ekspor dan penguatan kelembagaan.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini melibatkan UKM Marin keripik pisang sebagai mitra utama, dengan lokasi produksi di Desa Cimekar, Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung dan para pelaku UKM yang bergerak di bidang pangan di sekitar Bandung dan juga mitra UKM pangan di sekitar Bandung. Kegiatan PKM ini dilaksanakan antara bulan Mei–November 2023.

Metode yang digunakan pada kegiatan ini terdiri dari wawancara, praktik teknologi tepat guna untuk meningkatkan ketrampilan mitra dalam produksi dan pengemasan keripik pisang yang berkualitas, efektif dan efisien, serta pelatihan secara luring terkait *digital marketing*, standar pangan untuk ekspor dan penguatan kelembagaan. Sasaran utama kegiatan ini adalah mitra UKM pangan khususnya Marin keripik pisang, dan UKM pangan di sekitar Bandung.

Pada tahap pra–pelaksanaan dilakukan survei lokasi dan diskusi antara tim PKM dengan mitra terkait permasalahan dan kebutuhan mitra. Hasil diskusi ini menjadi landasan untuk melaksanakan kegiatan berikutnya. Tahap pelaksanaan terdiri dari peningkatan ketrampilan mitra untuk memproduksi keripik pisang yang efektif dan efisien melalui praktik dan modernisasi mesin pengolahan keripik pisang, meningkatkan daya saing produk melalui labelisasi *nutrition facts*, dan meningkatkan pengetahuan mitra melalui pelatihan *digital marketing*, standar pangan untuk ekspor dan penguatan kelembagaan. Tahap evaluasi dan pendampingan dilaksanakan melalui komunikasi, diskusi, dan konsultasi secara kontinyu agar mitra dapat selalu berinovasi dan menjaga kualitas produk secara konsisten. Evaluasi dilakukan untuk memonitor dan mengevaluasi kecocokan antara pelaksanaan program dengan rencana yang telah ditetapkan, pencapaian program yang telah dicapai, dan dampak kegiatan PKM pada pemberdayaan

kelompok mitra. Sedangkan pendampingan melibatkan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap implementasi dan perkembangan UKM setelah program berakhir.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Tahap Pra-Pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan survei dan identifikasi permasalahan pada mitra UKM, antara tim PKM dengan mitra (Gambar 112). Mitra sudah menjalankan usaha di olahan pisang ini selama lebih dari 2 tahun, namun masih ada kendala dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan hasil survei dan diskusi dengan mitra UKM keripik pisang ini terdapat prioritas permasalahan yang terdiri dari:

- a. Kontinuitas bahan baku pisang kapas dari *supplier* di pasar induk tidak selalu tersedia.
- b. Pengolahan dilakukan secara manual di rumah.
- c. Proses produksi 50 kg pisang menjadi keripik pisang membutuhkan waktu sekitar 14–16 jam sampai dengan pengemasan untuk pengolahan secara konvensional.
- d. Produk keripik pisang masih mengandung minyak berlebih sehingga dapat menurunkan umur simpan.
- e. Pemasaran melalui *made by order*, penitipan di pusat oleh-oleh, pameran atau festival produk pangan.
- f. Proses pembumbuan keripik pisang masih dilakukan secara manual sehingga kurang efektif dan efisien dari segi mutu dan waktu
- g. Secara umum kemasan sudah bagus, legalitas untuk PIRT dan halal sudah ada, namun informasi nutrisi pada kemasan belum ada.

Pada saat survey ini juga disosialisasikan kegiatan PKM yang akan dilaksanakan kepada mitra. Hasil diskusi tersebut perlu adanya peningkatan ketrampilan pengolahan keripik pisang dan peningkatan kualitas produk melalui praktik modernisasi mesin pengolahan yang terdiri dari mesin pengiris/pemotong pisang, mesin peniris minyak (*spinner*), dan mesin pencampur bumbu sekaligus uji coba penggunaannya. Hal ini penting karena dapat berdampak pada efisiensi dan efektivitas produksi dan meningkatkan mutu keripik pisang yang dihasilkan secara konsisten. Pada aspek kemasan, perlu adanya peningkatan mutu melalui penambahan informasi *nutrition facts*, sehingga diperlukan pengujian kandungan nutrisi pada setiap varian keripik pisang. Sosialisasi kegiatan lainnya terkait pelaksanaan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan mitra tentang *digital marketing*, standar pangan untuk ekspor dan penguatan lembaga, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Survei dan identifikasi permasalahan pada mitra UKM keripik pisang

## 2. Tahap Pelaksanaan

- a. Praktik produksi keripik pisang menggunakan mesin pengolahan  
 Peralatan yang digunakan untuk produksi keripik pisang pada skala UKM umumnya masih sederhana sehingga hal ini yang membatasi kapasitas produksi dan mutu produk yang tidak konsisten. Modernisasi mesin pengolahan merupakan solusi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi yang berpengaruh terhadap mutu produk yang dihasilkan. Hal ini menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing produk UKM olahan pangan. Menurut Kramer dan Twigg (Kramer & Twigg, 2017), mutu produk dan kemasannya sangat menentukan kepuasan dan penerimaan konsumen terhadap produk, sehingga kualitasnya perlu ditingkatkan. Modernisasi mesin pengolahan ditentukan saat diskusi dengan mitra terkait kebutuhan mesin untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi. Berdasarkan hasil diskusi tim PKM dan mitra, perlu dilakukan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan mitra dalam memproduksi keripik pisang secara efektif dan efisien melalui praktik dan modernisasi mesin pengolahan. Mitra memerlukan modernisasi mesin yang terdiri dari mesin pemotong pisang, peniris minyak (*spinner*), dan pencampur bumbu. Selain itu mitra juga menggunakan mesin pengemas *continuous sealer* untuk keripik dengan wadah aluminium *pouch*. Kegiatan selanjutnya dilakukan survei secara langsung atau melalui *online shop* ke berbagai *supplier* mesin pengolahan, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Pemotongan pisang, sebelum (kiri) dan setelah (kanan) kegiatan PKM

Pemilihan mesin yang digunakan untuk UKM didasarkan pada kapasitas produksi keripik, bahan material penyusunnya, *durability* mesin, daya listrik yang digunakan dan ketersediaannya dengan *supplier* mesin pengolahan. Setelah memperoleh mesin yang sesuai dengan spesifikasi, dilanjutkan praktik penggunaan mesin pemotong (perajang) pisang (Gambar 224). Mesin pemotong pisang dengan model kontinyu yang dapat memotong pisang 50–70 kg/ jam. Alat ini diputar menggunakan mesin daya maksimal 200 watt dengan 2 pisau yang terbuat dari baja. Ketebalan irisan pada mesin ini bisa diatur dengan mengatur posisi pisau. Modernisasi mesin ini efektif mengurangi lama waktu produksi dibandingkan pemotongan secara manual. Pada pemotongan pisang 50 kg bisa mereduksi waktu hingga mencapai 87,5 % dari 240 menit menjadi 30 menit. Hasil potongan pisang melintang dengan ketebalan tidak lebih dari 1 mm.

Sedangkan *spinner* merupakan mesin yang digunakan untuk meniriskan pisang dengan prinsip teknik putaran tinggi (gaya sentrifugal), sehingga mampu menarik minyak dari bahan keluar. Putaran pada alat ini digerakkan menggunakan motor yang berkecepatan putar 1200 *rpm*. Kapasitas mesin peniris ini bisa mencapai 10 liter, yang prosesnya secara *batch* dengan waktu bisa dikontrol maksimal 5 menit. Mesin ini terbuat dari material *stainless steel* dengan daya listrik yang digunakan yang tidak lebih dari 80 watt. Penggunaan *stainless steel* pada mesin pengolahan pangan karena material ini tahan terhadap korosi, mempunyai kekuatan dan daya tahan yang baik terhadap tekanan, panas dan benturan, mempunyai permukaan halus dan mudah dibersihkan, tidak menyerap bau, rasa dan warna dari bahan pangan yang diolah. Selain itu *stainless* merupakan logam yang tidak bereaksi dengan makanan atau bahan kimia yang digunakan dalam pengolahan pangan (Patel AD, 2015). Penirisan minyak menggunakan *spinner* mampu menurunkan waktu hingga 96,7% dari 300 menit menjadi 10 menit per 50 kg bahan baku. Sedangkan jumlah minyak yang ditiriskan 300–400 ml untuk penggorengan keripik pisang per 5 kg dengan kualitas keripik pisang yang tetap utuh dan rendah minyak dan tekstur renyah (Gambar 336).



**Gambar 3.** Penirisan minyak hasil penggorengan sebelum (kiri) dan setelah (kanan) kegiatan PKM

Untuk mesin pencampur bumbu digunakan mesin tabung berputar berbahan *full stainless stell* yang dilengkapi dengan penutup kombinasi kaca-*stainless stell*. Diameter tabung 45 cm dengan kapasitas maksimal 5 kg keripik pisang. Putaran tabung digerakkan menggunakan mesin dengan daya listrik maksimal 200 watt dengan kecepatan putaran maksimal 1400 *rpm*. Kemiringan tabung dapat diatur dan proses yang terjadi selama pengadukan bisa dilihat dari kaca penutupnya yang transparan. Mesin pengaduk bumbu, efektif untuk mencampurkan bumbu dengan merata dalam waktu yang singkat tanpa ada bumbu yang terbuang. Penggunaan mesin ini mampu menurunkan waktu pencampuran bumbu hingga 90%, dari sebelumnya dilakukan secara manual 50 menit, setelah menggunakan mesin pencampur 5–7 menit per 50 kg bahan baku.

b. Peningkatan mutu kemasan

Peningkatan mutu kemasan dilakukan melalui pengujian *nutrition facts* pada produk keripik pisang agar dapat bersaing. Pengujian *nutrition facts* merupakan proses mengidentifikasi dan menganalisis komposisi nutrisi dalam produk pangan (Ikrima et al., 2023; Jain & Gupta, 2004). Hal ini penting karena konsumen saat ini semakin peduli dengan nilai gizi produk yang mereka konsumsi. Dengan mengetahui informasi gizi yang terkandung dalam keripik pisang, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih produk dan memperhatikan asupan nutrisi yang mereka konsumsi. Proses pengujian ini melibatkan pengambilan sampel keripik pisang berbagai varian di laboratorium yang terakreditasi Internasional. Parameter nutrisi pada keripik pisang per takaran saji terdiri dari energi total, energi dari lemak, lemak total, protein, karbohidrat, karbohidrat total, gula total, dan natrium. Dengan demikian, UKM ini dapat menginformasikan dengan jelas kepada konsumen mengenai nilai gizi produknya melalui kemasan yang menarik dan informatif. Kemasan yang menarik dan berkualitas dapat memberikan nilai tambah pada produk (Hussain et al., 2015). Kemasan yang baik dapat

melindungi produk dari kerusakan, menjaga kesegaran dan kualitasnya, serta memberikan informasi yang jelas kepada konsumen (Apriyanti, 2018). Selain itu, *nutrition facts* juga dapat membantu mitra dalam melakukan perbaikan formulasi produk, jika diperlukan. Misalnya, jika hasil pengujian menunjukkan bahwa kandungan gula dalam keripik pisang melebihi nilai yang tercantum pada kemasan, produsen dapat melakukan penyesuaian untuk mengurangi kandungan gula dalam produk. Dengan mengimplementasikan PKM ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan mutu kemasan produk keripik pisangnya melalui pengujian *nutrition facts*, sehingga mampu memberikan informasi gizi yang jelas kepada konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk sehingga penjualan semakin meningkat.

Selain itu dalam teknik pengemasan mitra juga menggunakan *continuous sealer* untuk penyegel kemasan. Alat tersebut bisa digunakan untuk merekatkan (*seal*) plastik PE, alumunium foil *laminated*, PP (Subroto et al., 2023). Alat tersebut digunakan untuk *seal* kemasan *pouch* alumunium foil dengan suhu alat di *setting* 170 °C. Kemasan keripik pisang yang di *seal* menggunakan alat tersebut mempunyai berat bersih 65 g dan 100 g. Kemasan alumunium foil mempunyai kelebihan seperti permeabilitas yang rendah terhadap kelembaban dan uap air sehingga mampu melindungi produk yang dikemas dan meningkatkan umur simpan (Risma Dewi et al., 2022). Penggunaan *continuous sealer* diharapkan mampu meningkatkan kecepatan pengemasan dan menjaga mutu produk sehingga dapat memperpanjang umur simpan. Selain itu mitra juga sudah menggunakan alat pencetak *expired date* manual data pada kemasan alumunium *pouch*. Hal ini penting untuk meningkatkan nilai jual dan meyakinkan konsumen terhadap produk yang dibeli. Praktik penggunaan *continuous sealer* pada keripik pisang ditunjukkan pada Gambar 448.



**Gambar 4.** Praktik penggunaan continuous sealer untuk mengemas keripik pisang

Secara keseluruhan peningkatan ketrampilan pengolahan keripik pisang melalui modernisasi mesin pengolahan ini terbukti meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari segi waktu dan peningkatan mutu produk yang dihasilkan. Selain itu juga dapat meningkatkan rendemen keripik pisang yang diperoleh. Sebanyak 50 kg bahan baku (pisang kapas) jika diolah menjadi keripik pisang yang diproses secara konvensional menghasilkan 15 kg keripik pisang, dan jika menggunakan mesin bisa mencapai 25–30 kg keripik pisang. Hal ini juga berdampak pada kualitas produk dan pendapatan yang diperoleh. Perubahan yang terjadi sebelum dan setelah menggunakan mesin pengolahan ditunjukkan pada Tabel 123.

**Tabel 1.** Produksi keripik pisang per 50 kg pisang sebelum dan setelah kegiatan PKM

No	Parameter	Pengolahan secara konvensional	Pengolahan menggunakan mesin	% perubahan
1	Pemotongan pisang	4 jam	30 menit	87,5
2	Penurunan suhu dan penirisan minyak	5 jam	10 menit	96,7
3	Pencampuran bumbu	50 menit	5 menit	90,0
4	Kapasitas pisang yang diolah	60 kg/bulan	90 kg/ bulan	50,0
5	Keripik yang dihasilkan	18 kg keripik pisang	30 keripik pisang	66,7
6	Omset penjualan	4 jt	6 jt	50,0

- c. Pelatihan digital marketing, standar pangan untuk ekspor dan penguatan kelembagaan pada UKM

Pelatihan terkait *digital marketing*, standar pangan untuk ekspor dan penguatan lembaga pada UKM merupakan bagian kegiatan Tim PKM. Kegiatan pelatihan ini diselenggarakan di Fakultas Teknologi Industri Pertanian (FTIP), Unpad, Jatinangor. Pelatihan ini bertujuan membantu UKM pangan meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka sehingga dapat "naik kelas" dan mencapai kesuksesan yang lebih besar. Istilah "naik kelas" tersebut merujuk pada peningkatan kapasitas usaha, omset, dan peningkatan aspek legalitas. Pelatihan ini diikuti lebih dari 10 UKM pangan yang ada di Bandung, dengan 3 pembicara. Produk unggulan yang sudah diproduksi pada peserta UKM terdiri dari keripik pisang, stik pisang, stik keju, rempeyek, bakso malang, minuman honje, pempek, risol mayo dan *cookies*. Peserta menunjukkan antusiasme dan minat yang tinggi dalam mengembangkan usaha mereka.

Selama sehari pelatihan intensif ini, peserta diberikan materi dan wawasan yang komprehensif tentang berbagai aspek dalam mengelola UKM pangan terkini. Materi yang disampaikan meliputi *digital marketing* produk UKM pangan berbasis *e-commerce*. Selain itu peserta juga diberikan pelatihan terkait alasan UKM harus “naik kelas”, cara memperluas pasar dengan legalitas, legalisasi untuk MD BPOM, standar produk pangan untuk dalam negeri dan ekspor serta strategi memperkuat komunikasi dalam komunitas UKM pangan. Selain sesi teori, pelatihan ini juga melibatkan sesi berbagi pengalaman antar peserta. Peserta diajak untuk terlibat dalam studi kasus, dan diskusi antar peserta untuk mengembangkan ide dan solusi yang dapat diterapkan dalam bisnis mereka. Selama diskusi, peserta juga diberikan kesempatan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari para ahli yang terlibat dalam pelatihan.

Pada rangkaian kegiatan ini peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan kunjungan ke Lab. Teknologi Pengolahan Pangan, Lab. Sensoris Pangan dan Lab. *Teaching Industry* di Departemen Teknologi Industri Pangan, Unpad. Mereka dapat melihat secara langsung proses produksi Bakery, pengolahan dan evaluasi sensoris pangan. Kunjungan ini diharapkan memberikan inspirasi dan motivasi tambahan bagi para peserta untuk dapat mengembangkan usahanya dan berkolaborasi dengan perguruan tinggi. Berdasarkan hasil testimoni dari peserta, kegiatan ini sangat membantu untuk pengembangan usaha dan berharap diadakan kembali kegiatan lanjutan. Suasana pelatihan dengan para pelaku UKM pangan ditunjukkan pada Gambar 59.



**Gambar 5.** Suasana pelatihan dan diskusi

Pada penutupan pelatihan, peserta diberikan sertifikat sebagai pengakuan atas partisipasi mereka dalam pelatihan ini. Selain itu, para peserta juga diundang bergabung dalam grup media sosial UKM pangan untuk saling membantu mengembangkan bisnis, menjalin kerjasama dan komunikasi. Pelatihan ini merupakan salah satu upaya Tim PKM dalam mendukung pengembangan sektor UKM pangan di Indonesia. Dengan meningkatkan kualitas dan daya saing UKM pangan, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap

pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu adanya kerjasama dan bimbingan yang diberikan oleh Tim PKM, diharapkan UKM pangan dapat "naik kelas" dan mencapai kesuksesan yang lebih besar dalam menghadapi persaingan global.

### 3. Tahap Evaluasi dan Pendampingan

Evaluasi dan pendampingan pada kegiatan PKM ini memberikan manfaat yang besar bagi UKM Marin keripik pisang selaku mitra dalam menghadapi situasi pasca pandemik. Pendampingan dapat membantu mitra untuk meningkatkan kualitas produknya, sehingga dapat bersaing dengan produk sejenis di pasar yang semakin kompetitif (Kamil et al., 2022). Kemasan yang menarik juga dapat memberikan nilai tambah pada produk keripik pisang dan meningkatkan daya tarik konsumen (Widiati, 2020). Selain itu pada kegiatan pendampingan dalam *digital marketing* dapat membantu mitra untuk memanfaatkan teknologi informasi dan digitalisasi dalam memperluas jangkauan pasar. Saat ini pemasaran secara *online* menjadi hal yang sangat penting. Melalui pendampingan ini, mitra dapat belajar mengimplementasikan mengenai strategi pemasaran *online* yang efektif, seperti penggunaan media sosial, pembuatan *website*, dan penggunaan platform *e-commerce*.

Selain pendampingan, evaluasi juga memiliki peran yang signifikan dalam pelaksanaan PKM ini. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana program tersebut berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi dapat dilakukan dalam berbagai aspek, seperti peningkatan mutu produk, pengembangan kemasan, dan efektivitas *digital marketing* yang dilakukan oleh mitra. Melalui evaluasi, dapat diidentifikasi keberhasilan dan kekurangan dari program PKM ini, sehingga dapat dilakukan perbaikan dan penyesuaian untuk meningkatkan hasil yang lebih baik.

### D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM tentang peningkatan mutu, kemasan, dan *digital marketing* pada UKM keripik pisang dalam upaya kebangkitan ekonomi pasca pandemik berjalan dengan lancar dan berdampak positif untuk UKM Marin keripik pisang selaku mitra. Peningkatan ketrampilan dalam pengolahan keripik pisang melalui modernisasi mesin sangat berdampak dalam peningkatan efektivitas dan efisiensi proses produksi, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan mutu produk, kapasitas dan omset penjualan mitra. Pelatihan *digital marketing*, standar pangan ekspor, dan penguatan lembaga pada UKM memberikan pemahaman dan semangat baru kepada mitra UKM pangan untuk "naik kelas" yang merujuk pada peningkatan kapasitas usaha, omset, dan peningkatan aspek legalitas. Selain itu peningkatan mutu kemasan melalui labelisasi *nutrition facts* menyempurnakan kualitas produk mitra untuk dapat bersaing di pasaran

sehingga perekonomian bisa pulih pasca pandemik COVID-19.

Peningkatan daya saing UKM pisang masih terbatas terutama dalam meningkatkan penjualan, sehingga diperlukan berbagai pengelolaan berbasis *digital marketing*, dan kolaborasi dengan mitra yang sudah sukses dalam pemasaran produk secara digital. Selain itu juga perlu konsolidasi dengan hotel-hotel dan agen *travel* khususnya yang ada di Bandung dan sekitarnya agar produk keripik pisang bisa dijadikan semacam *gift* atau oleh-oleh khas Bandung.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia melalui Universitas Padjadjaran (3019/UN6.3.1/PM.00/2023) yang telah mendanai kegiatan ini sehingga dapat terlaksana dengan lancar.

## DAFTAR RUJUKAN

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20–27.
- Herawati, E. R. N., Nurhayati, R., & Angwar, M. (2017). Pendugaan Umur Simpan Keripik Pisang Salut Cokelat “Purbarasa” Kemasan Polipropilen Berdasarkan Angka Tba Dengan Metode Aslt Model Arrhenius. *Reaktor*, 17(3), 118. <https://doi.org/10.14710/reaktor.17.3.118-125>
- Hussain, S., ali, S., Noreen, A., & Fayaz Ahmad, S. (2015). Impact of Product Packaging on Consumer Perception and Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 10(2011), 3–9. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JMCR/article/view/21725>
- Ihromi, S., Marianah, & Nurhayati. (2020). IbM Inovasi Teknologi Olahan Berbasis Pisang Untuk Pemberdayaan Ekonomi Wanita Tani Di Sekitar Hutan Lindung Sesaot Desa Pakuan Kecamatan Narmada. *Jurnal Agro Dedikasi Masyarakat*, 1(1), 30–36.
- Ikrima, I. R., Giriwono, P. E., & Rahayu, W. P. (2023). Pemahaman dan Penerimaan Label Gizi Front of Pack Produk Snack oleh Siswa SMA di Depok. *Jurnal Mutu Pangan: Indonesian Journal of Food Quality*, 10(1), 42–53. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2023.10.1.42>
- Jain, V., & Gupta, K. (2004). Food and Nutritional Analysis - Overview. In P. Worsfold, A. Townshend, & C. B. T.-E. of A. S. (Second E. Poole (Eds.), *Encyclopedia of Analytical Science: Second Edition* (pp. 202–211). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B0-12-369397-7/00175-8>
- Kamil, I., Ady Bakri, A., Salingkat, S., & Pabisangan Tahirs, J. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce UMKM Assistance through the Utilization of Digital Marketing on the e-Commerce Platform. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Kramer, A., & Twigg, B. A. (2017). *Quality Control For The Food Industry Fundamentals & Applications* (3rd Editio). Medtech.
- Lanamana, W., Djou, L. D. G., Pande, Y., & Fowo, K. Y. (2022). Pendampingan UMKM Penjual Kripik Kremes Dan Wingko Untuk Meningkatkan Penjualan

- Melalui Merk, Label Dan Kemasan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5), 3589–3601. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10046>
- Makarawung, V., Pangemanan, P. A., & Pakasi, C. B. D. (2017). Analisis Nilai Tambah Buah Pisang Menjadi Keripik Pisang pada Industri Rumah Tangga di Desa Dimembe Kecamatan Dimembe. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 13(2A), 83–90.
- Manikantan, M. R., Sharma, R., Kasturi, R., & Varadharaju, N. (2014). Storage stability of banana chips in polypropylene based nanocomposite packaging films. *Journal of Food Science and Technology*, 51(11), 2990–3001. <https://doi.org/10.1007/s13197-012-0839-0>
- Mufti, M., Santoso, E., & Maulana, M. S. (2020). Penyuluhan Mesin Peniris Minyak Keripik Pisang. *Share: Journal of Service Learning*, 6(2), 76–80. <https://doi.org/10.9744/share.6.2.76-80>
- Patel AD, D. A. (2015). Stainless Steel for Dairy and Food Industry: A Review. *Journal of Material Science & Engineering*, 04(05), 10–13. <https://doi.org/10.4172/2169-0022.1000191>
- Risma Dewi, P., Trisna Darmayanti, L. P., & Nocianitri, K. A. (2022). Pengaruh Jenis Kemasan Terhadap Karakteristik Cookies Ampas Tahu Selama Penyimpanan. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pangan (ITEPA)*, 11(2), 261. <https://doi.org/10.24843/itepa.2022.v11.i02.p08>
- Subroto, E., Ernah, & Indiaro, R. (2023). Peningkatan mutu, produksi, dan daya saing ukm olahan pisang dan singkong dalam upaya kebangkitan UKM pasca pandemi. *Jurnal Agro Dedikasi Masyarakat (JADM)*, 4(1), 1–10. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jadm>
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>