

## Pendampingan SDM Tata Kelola Kawasan Kuliner Kelurahan Ledok, Kecamatan Argomulyo Kota Salatiga

Dyah Palupiningtyas<sup>1</sup>, Krisnawati Setyaningrum N<sup>2</sup>, Renny Aprilliyani<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Parwisata Indonesia

Jl. Bendan Ngisor, Sampangan

Korespondensi penulis: [upik.palupi3@gmail.com](mailto:upik.palupi3@gmail.com)

**Abstract.** *This community service activity aims to provide assistance and assistance to cassava business actors in Ledok Village, Argomulyo District, Salatiga City. Problems identified include a lack of understanding of digital marketing, a lack of attractiveness in packaging design, and the need for increased product branding. Apart from that, the impact of the COVID-19 pandemic has also caused a decrease in their business turnover. This activity involves training, workshops and individual consultations to increase the understanding and skills of business actors in digital marketing, packaging design development and effective branding design. Apart from that, the creation of social media accounts and e-commerce platforms is also carried out to facilitate online product marketing.*

*The results of this activity include increased understanding and skills of business actors, changes in more attractive packaging designs, more effective use of social media and e-commerce, as well as increased sales turnover. The impact involves empowering the local economy, strengthening the business of cassava entrepreneurs, and becoming an inspiration for other business actors*

**Keywords:** *Digital Marketing, Packaging and Branding for Business Actors*

**Abstrak.** Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan bantuan kepada pelaku usaha singkong di Kelurahan Ledok, Kecamatan Argomulyo, Kota Salatiga. Permasalahan yang diidentifikasi meliputi kurangnya pemahaman tentang digital marketing, kurangnya daya tarik dalam desain *packaging*, serta kebutuhan akan peningkatan *branding* produk. Selain itu, dampak pandemi COVID-19 juga telah menyebabkan penurunan omset bisnis mereka.

Kegiatan ini melibatkan pelatihan, workshop, dan konsultasi individu untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam pemasaran digital, pengembangan desain *packaging*, dan perancangan *branding* yang efektif. Selain itu, pembuatan akun media sosial dan platform *e-commerce* juga dilakukan untuk memfasilitasi pemasaran produk secara online.

Hasil dari kegiatan ini mencakup peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha, perubahan dalam desain *packaging* yang lebih menarik, penggunaan media sosial dan *e-commerce* yang lebih efektif, serta peningkatan omset penjualan. Dampaknya melibatkan pemberdayaan ekonomi lokal, penguatan bisnis pelaku usaha singkong, dan menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lainnya.

**Kata kunci:** Pemasaran Digital, Pengemasan dan Logo bagi Pelaku Usaha

## PENDAHULUAN

Singkong juga memiliki permasalahan yang sama yaitu kurangnya pemahaman mengenai digital marketing, yaitu promosi dan penjualan secara online dengan memanfaatkan jejaring sosial atau platform. Permasalahan lainnya, yaitu *packaging* yang kurang menarik serta perlunya sumber daya manusia (SDM) yang memahami digital marketing dan *marketplace*. Selain itu, selama pandemi COVID-19 singkong juga mengalami penurunan omset sekitar 75-80%. Permasalahan mitra masalah-masalah yang terjadi di singkong sebagai berikut:

- 1) Singkong tersebut memiliki kendala pada tahap pemasarannya. Apalagi pada masa pandemi saat ini yang dibutuhkan adalah pemasaran melalui sosial media. Selanjutnya masalah mereka adalah mereka masih bingung dengan susunan warung mereka karena sekarang mereka merasa belum puas dengan tata letaknya. Pemasaran produk masih konvensional belum digital marketing.
- 2) *Packaging* produk kurang menarik. Singkong memiliki *packaging* yang kurang menarik. Kemasan produk selain kurang menarik juga belum dilengkapi informasi komposisi produk dan alamat.
- 3) Kurangnya SDM yang memahami IT. Pemilik usaha kurang memahami teknologi informasi dan komunikasi seperti pemanfaatan media sosial dan belum memahami penjualan melalui *e-commerce*. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh tim pengusul, telah berhasil diidentifikasi beberapa permasalahan mitra. Solusi yang Tim Pengusul tawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut sebagai berikut.
  1. Pembuatan Sosial Media dan *E-commerce* sebagai Sarana Penjualan pada Masa Pandemi Penggunaan sosial media pada masa pandemi saat ini bisa dikatakan dapat meningkatkan pemasaran. Oleh karena itu, perlu pemasaran produk terutama pada masa pandemi untuk memberikan informasi kepada konsumen dan mempromosikan produk yang dihasilkannya. Membuat akun sosial media seperti Facebook ataupun Instagram diperlukan guna memperkenalkan produk.
  2. Peningkatan *Branding Packaging* produk dan pembuatan logo untuk menarik perhatian pelanggan. Desain *packaging* produk yang baik akan merepresentasikan bisnis sehingga perlu memperhatikan desain yang menarik. Bentuk kemasan juga

perlu disesuaikan sehingga tampilannya menarik. Setelah dirasa *packing*-nya sudah menarik, kemudian melakukan pemasaran dengan foto yang menarik.

### **Maksud Kegiatan**

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha singkong di wilayah tersebut.

Permasalahan yang diidentifikasi meliputi kurangnya pemahaman tentang digital marketing, *packaging* yang kurang menarik, serta kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) yang memahami digital marketing dan marketplace. Selain itu, dampak pandemi COVID-19 juga telah mengakibatkan penurunan omset bisnis mereka sekitar 75-80%.

Solusi yang ditawarkan oleh tim pengusul dalam kegiatan pengabdian ini mencakup:

1. Pembuatan Sosial Media dan *E-commerce*: Tim pengusul akan membantu para pelaku usaha singkong membuat akun sosial media seperti Facebook dan Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan produk-produk mereka secara online. Hal ini penting terutama selama masa pandemi, di mana pemasaran online dapat menjadi solusi untuk menjaga dan meningkatkan penjualan.
2. Peningkatan *Branding* dan *Packaging*: Tim pengusul akan membantu dalam merancang desain *packaging* produk yang menarik dan profesional. Selain itu, pembuatan logo juga akan menjadi bagian dari upaya untuk meningkatkan *branding* bisnis mereka. *Packaging* yang menarik dan *branding* yang kuat dapat membantu menarik perhatian pelanggan potensial.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan, bimbingan, dan dukungan kepada pelaku usaha singkong agar mereka dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi, meningkatkan penjualan produk, dan meningkatkan kualitas bisnis mereka secara keseluruhan. Dengan demikian, kegiatan ini adalah bentuk pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk membantu pengembangan ekonomi lokal dan peningkatan keterampilan dan pengetahuan SDM di bidang digital marketing dan *branding*.

### **Tujuan Kegiatan**

1. Membantu Pelaku Usaha Singkong: Tujuan utama kegiatan ini adalah membantu para pelaku usaha singkong di Kelurahan Ledok, Kecamatan Argomulyo, Kota Salatiga, untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam usaha mereka. Dengan

- memberikan pendampingan dan bantuan, tujuannya adalah agar mereka dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing, *packaging*, dan *branding*.
2. Meningkatkan Pemasaran Online: Salah satu tujuan utama adalah meningkatkan pemasaran online produk singkong. Dalam masa pandemi COVID-19, pemasaran online melalui sosial media dan platform *e-commerce* menjadi penting untuk menjaga dan meningkatkan penjualan. Dengan pembuatan akun sosial media dan penerapan strategi digital marketing, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk singkong.
  3. Meningkatkan Kualitas *Branding*: Tujuan lainnya adalah meningkatkan kualitas *branding* bisnis para pelaku usaha singkong. Dengan merancang desain *packaging* produk yang menarik dan pembuatan logo yang representatif, mereka dapat memperkuat citra bisnis mereka di mata pelanggan. *Branding* yang kuat dapat membantu meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.
  4. Peningkatan Pengetahuan SDM: Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam usaha singkong di wilayah tersebut. Dengan memberikan pelatihan dan bimbingan, tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang teknologi informasi dan komunikasi, serta pemasaran online.
  5. Meningkatkan Omset dan Keberlanjutan Usaha: Secara keseluruhan, tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan omset dan keberlanjutan usaha para pelaku usaha singkong. Dengan mengatasi permasalahan yang dihadapi dan meningkatkan pemasaran serta *branding*, diharapkan mereka dapat mencapai peningkatan dalam hasil bisnis mereka, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

### Sasaran

1. Membantu Pelaku Usaha Singkong: Tujuan utama kegiatan ini adalah membantu para pelaku usaha singkong di Kelurahan Ledok, Kecamatan Argomulyo, Kota Salatiga, untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam usaha mereka. Dengan memberikan pendampingan dan bantuan, tujuannya adalah agar mereka dapat

meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing, *packaging*, dan *branding*.

2. Meningkatkan Pemasaran Online: Salah satu tujuan utama adalah meningkatkan pemasaran online produk singkong. Dalam masa pandemi COVID-19, pemasaran online melalui sosial media dan platform *e-commerce* menjadi penting untuk menjaga dan meningkatkan penjualan. Dengan pembuatan akun sosial media dan penerapan strategi digital marketing, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk singkong.
3. Meningkatkan Kualitas *Branding*: Tujuan lainnya adalah meningkatkan kualitas *branding* bisnis para pelaku usaha singkong. Dengan merancang desain *packaging* produk yang menarik dan pembuatan logo yang representatif, mereka dapat memperkuat citra bisnis mereka di mata pelanggan. *Branding* yang kuat dapat membantu meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.
4. Peningkatan Pengetahuan SDM: Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam usaha singkong di wilayah tersebut. Dengan memberikan pelatihan dan bimbingan, tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang teknologi informasi dan komunikasi, serta pemasaran online.
5. Meningkatkan Omset dan Keberlanjutan Usaha: Secara keseluruhan, tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan omset dan keberlanjutan usaha para pelaku usaha singkong. Dengan mengatasi permasalahan yang dihadapi dan meningkatkan pemasaran serta *branding*, diharapkan mereka dapat mencapai peningkatan dalam hasil bisnis mereka, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

### **Lingkup Keluaran**

1. **Akun Sosial Media dan *E-commerce***: Pembuatan akun-akun resmi sosial media (seperti Facebook dan Instagram) serta platform *e-commerce* untuk setiap pelaku usaha singkong. Ini termasuk profil, deskripsi produk, foto produk, dan informasi kontak yang relevan.

2. **Desain Packaging dan Logo:** Hasil berupa desain *packaging* produk yang menarik dan profesional, serta pembuatan logo yang merepresentasikan bisnis masing-masing pelaku usaha singkong.
3. **Pelatihan dan Bimbingan:** Dokumentasi pelatihan dan bimbingan yang diberikan kepada para pelaku usaha singkong. Ini bisa berupa materi pelatihan, catatan pertemuan, dan materi pendukung lainnya.
4. **Rencana Pemasaran Digital:** Rencana pemasaran digital yang mencakup strategi, jadwal posting sosial media, dan strategi *branding* untuk setiap pelaku usaha singkong. Ini dapat berbentuk dokumen tertulis.
5. **Foto Produk:** Foto-foto produk singkong yang diambil dengan kualitas tinggi dan menarik untuk digunakan dalam pemasaran online.
6. **Laporan Kemajuan:** Laporan yang mencatat perkembangan dan pencapaian dalam kegiatan pengabdian, termasuk statistik pertumbuhan jumlah pengikut di media sosial, peningkatan penjualan online, serta perubahan positif dalam *branding* dan *packaging*.
7. **Penyebaran Informasi:** Penyebaran informasi mengenai usaha singkong yang telah diperbarui melalui media sosial dan platform *e-commerce*, termasuk foto produk dan deskripsi yang menarik.
8. **Peningkatan Pengetahuan SDM:** Dokumentasi mengenai peningkatan pengetahuan dan keterampilan SDM yang terlibat dalam kegiatan ini, seperti catatan pelatihan yang diberikan.
9. **Feedback dan Evaluasi:** Dokumen yang berisi *feedback* dari para pelaku usaha singkong dan masyarakat konsumen, serta hasil evaluasi dari keberlanjutan usaha setelah implementasi perubahan.

## METODE

1. Pelatihan dan *Workshop*: Mengadakan pelatihan dan *workshop* interaktif untuk para pelaku usaha singkong. Ini dapat meliputi pelatihan praktis tentang penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan teknik pemasaran online. *Workshop* ini dapat memungkinkan peserta untuk langsung menerapkan pengetahuan yang mereka pelajari.
2. Konsultasi Individu: Memberikan sesi konsultasi individu kepada setiap pelaku usaha singkong untuk mengevaluasi kebutuhan dan masalah khusus mereka. Ini

memungkinkan pendekatan yang lebih personal dalam memberikan bantuan yang sesuai dengan situasi masing-masing.

3. Pengembangan Materi Edukasi: Membuat materi edukasi, tutorial, dan panduan yang mencakup langkah-langkah praktis untuk memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce*. Materi ini dapat digunakan sebagai panduan oleh pelaku usaha singkong.
4. Pengujian dan Implementasi Praktis: Membantu pelaku usaha singkong dalam menguji dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang baru, termasuk pembuatan dan pengelolaan akun media sosial, serta peningkatan *packaging* produk.
5. Evaluasi Berkala: Melakukan evaluasi berkala untuk mengukur kemajuan dan hasil dari perubahan yang diimplementasikan. Ini dapat membantu dalam mengidentifikasi area-area yang masih memerlukan perbaikan atau penyesuaian.
6. Penyebaran Informasi: Menggunakan platform online (sosial media, *website*, *email*) untuk menyebarkan informasi tentang produk singkong yang diperbarui, promo, dan pengumuman terkait bisnis para pelaku usaha singkong.
7. Monitoring dan Dukungan Jangka Panjang: Memberikan dukungan jangka panjang, termasuk pemantauan dan bantuan dalam mengelola akun media sosial dan *e-commerce*, serta perubahan lanjutan yang diperlukan.
8. Pengumpulan *Feedback*: Mengumpulkan *feedback* dari para pelaku usaha singkong dan masyarakat konsumen untuk terus memperbaiki dan mengembangkan strategi pemasaran dan *branding*.

Metode ini dirancang untuk memberikan bantuan yang berkelanjutan dan efektif kepada pelaku usaha singkong dalam mengatasi permasalahan mereka, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam pemasaran digital, dan memastikan keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang. Pendekatan yang interaktif dan praktis akan membantu para pelaku usaha untuk lebih mudah mengadopsi perubahan yang diperlukan dalam bisnis mereka.

## **HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK**

Hasil:

1. Peningkatan Pemahaman Digital Marketing: Para pelaku usaha singkong telah mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang digital marketing, termasuk

penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* untuk mempromosikan produk mereka secara online.

2. Desain *Packaging* yang Menarik: Desain *packaging* produk singkong telah diperbarui dan ditingkatkan, sehingga menjadi lebih menarik bagi pelanggan. Ini termasuk penambahan informasi komposisi produk dan alamat.
3. Pembuatan Akun Sosial Media dan *E-commerce*: Setiap pelaku usaha singkong sekarang memiliki akun sosial media dan platform e-commerce yang mereka kelola secara aktif untuk memasarkan produk mereka.
4. Strategi Pemasaran Digital: Para pelaku usaha telah mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran digital yang mencakup jadwal posting, konten menarik, dan penggunaan foto produk yang baik.
5. Logo Bisnis: Logo bisnis telah dibuat untuk setiap pelaku usaha singkong, yang membantu dalam membangun identitas bisnis mereka.

Pembahasan:

1. Perubahan dalam Pendekatan Bisnis: Para pelaku usaha singkong telah melihat perubahan dalam pendekatan bisnis mereka. Mereka sekarang lebih terbuka terhadap pemasaran online dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi yang efektif.
2. Peningkatan Omset Penjualan: Melalui upaya pemasaran digital yang lebih efektif, penjualan produk singkong telah mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini membantu mereka mengatasi dampak negatif pandemi COVID-19.
3. Peningkatan *Branding*: Desain *packaging* yang menarik dan penggunaan logo telah membantu dalam memperkuat *branding* bisnis mereka, yang pada gilirannya menarik perhatian lebih banyak pelanggan.

Dampak:

1. Ekonomi Lokal: Dengan meningkatnya penjualan produk singkong, kegiatan ini telah memberikan dampak positif pada ekonomi lokal di Kelurahan Ledok dan sekitarnya. Peningkatan omset bisnis dapat mendukung pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut.
2. Pemberdayaan Pelaku Usaha: Para pelaku usaha singkong telah diberdayakan dengan pengetahuan dan keterampilan baru dalam digital marketing dan *branding*. Mereka sekarang lebih mandiri dalam memasarkan produk mereka.



3. Peningkatan Kualitas Produk: Desain *packaging* yang lebih menarik dan penambahan informasi komposisi produk telah meningkatkan kualitas produk singkong.
4. Peningkatan Kesadaran Konsumen: Melalui pemasaran online yang lebih efektif, masyarakat konsumen menjadi lebih sadar akan produk singkong lokal, yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis para pelaku usaha.
5. Contoh Inspiratif: Keberhasilan pelaku usaha singkong dalam meningkatkan bisnis mereka melalui pemasaran digital dan perubahan dalam *branding* dapat menjadi contoh inspiratif bagi pelaku usaha lain di wilayah tersebut.

Keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah memberikan hasil positif bagi para pelaku usaha singkong, masyarakat lokal, dan ekonomi wilayah tersebut. Dengan meningkatnya pemahaman tentang digital marketing dan *branding*, serta peningkatan penjualan produk singkong, kegiatan ini memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan ekonomi dan bisnis di Kelurahan Ledok.

## **SIMPULAN**

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Para pelaku usaha singkong telah mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan perancangan desain *packaging* yang menarik.
2. Peningkatan Penjualan: Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, penjualan produk singkong telah meningkat secara signifikan, bahkan di tengah pandemi COVID-19 yang menantang.
3. Peningkatan *Branding*: Desain *packaging* yang menarik dan pembuatan logo telah membantu memperkuat *branding* bisnis mereka, yang telah menarik perhatian lebih banyak pelanggan.
4. Dampak Positif pada Ekonomi Lokal: Keberhasilan para pelaku usaha singkong dalam meningkatkan bisnis mereka telah memberikan dampak positif pada ekonomi lokal di Kelurahan Ledok dan sekitarnya.
5. Pemberdayaan Pelaku Usaha: Para pelaku usaha singkong kini lebih mandiri dalam memasarkan produk mereka secara online dan mengelola *branding* bisnis mereka.

6. Inspirasi bagi Pelaku Usaha Lain: Keberhasilan mereka dapat menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lain di wilayah tersebut untuk meningkatkan bisnis mereka melalui pemasaran digital dan perubahan dalam *branding*.

Simpulan utama adalah bahwa kegiatan pengabdian ini telah membantu para pelaku usaha singkong untuk mengatasi permasalahan mereka, meningkatkan penjualan, dan memperkuat bisnis mereka melalui pendekatan pemasaran digital dan *branding* yang lebih efektif. Hal ini telah memberikan dampak positif pada ekonomi lokal dan memberdayakan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan dalam dunia bisnis yang semakin berubah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Keban, y. (2008). Enam dimensi strategis administrasi publik : konsep, teori, dan isu. Yogyakarta: gava media.
- Sudriamunawar. (2006). Pengantar Studi Administrasi. Bandung: CV. Mandar maju.
- Sugarto, E. (2005). Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerja Sosial. Bandung: PT. Ravika Adimatama.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- Hajar, S. (2016). Peningkatan Kemampuan Tata Kelola Administrasi Dalam Penyelenggaraan Pemerintah Desa di Desa Selemak. Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik FISIP UMSU, 26-27.
- Ismiyati, dkk. (2019). "Pelatihan Tata Kelola Surat Dinas Dalam Upaya Peningkatan Tertib Administrasi Desa". Journal Equilibrium, Vol. 7, No. 1 58-62 Diakses 23 September 2021, dari Universitas Negeri Semarang.
- Tini, D.L.R., & Yulastina, R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Administrasi BUMDes di Desa Ellak Daya Kecamatan Lenteng. Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat, 2(1), 66-76.
- Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Pasal 1 Ayat 1 No. 23 Tahun 2013 Tentang Pemberdayaan Karang Taruna.
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. 2021. Petunjuk Teknis Kuliah Kerja Nyata Dari Rumah. Bandung: Pusat Pengabdian kepada Masyarakat Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati Bandung.