



PERAN BRAND IMAGE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KERIPIK SINGKONG

Oleh

Moh. Hidayatullah¹, Kustantina², Novalina Nurul Imama³, Latifatus Safariyah⁴,
Bambang Irawan⁵, Aryo Wibisono⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Wiraraja, Kabupaten Sumenep

E-mail: ¹yayakhidayat513@gmail.com, ²kstntnaa@gmail.com,

³novalina1307@gmail.com, ⁴safariyahlatifatus@gmail.com,

⁵irawan.bambang8746@gmail.com, ⁶aryo.feb@wiraraja.ac.id

Article History:

Received: 03-05-2024

Revised: 21-05-2024

Accepted: 18-06-2024

Keywords:

Brand Image, Keripik
Singkong, Mahasiswa

Abstract: Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui peran brand image dalam meningkatkan penjualan turbo sakti yang lokasinya ada di daerah manding daya sumenep. Turbo sakti adalah usaha cemilan keripik singkong yang dimana terdapat 2 varian rasa yang pertama rasa bawang putih yang kedua pedas manis. Populasi penelitian ini adalah warga atau masyarakat khususnya daerah sumenep karena masyarakat sumenep sangat suka dengan cemilan keripik singkong, dan metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah brand image sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan dan apakah sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan.

PENDAHULUAN

Turbo sakti adalah jenis usaha cemilan keripik singkong yang dimana menawarkan 2 varian rasa yang pertama bawang putih dan pedas manis yang berada di daerah manding daya sumenep, usaha ini sudah berjalan sudah cukup lama yaitu kurang lebih 20 tahunan dan usaha ini sudah turun temurun dari orang tuanya hingga ke anaknya dan keripik singkong nya ini sudah cukup terkenal dan tidak asing lagi bagi masyarakat khususnya daerah sumenep karena apa masyarakat sumenep sangat suka dengan keripik singkong, keripik singkong juga sangat cocok buat oleh oleh untuk orang yang mau ke kampung halaman karena keripik singkong sangat tahan lama dan dikonsumsi di manapun sangat cocok.

Turbo sakti sudah berjalan 20 tahunan dan mempunyai karyawan sebanyak 7 orang dan untuk karyawan yaitu tetangga nya sendiri jadi tidak ada kata canggung lagi se sama karyawan karena semua karyawan nya sudah tetangga dan untuk karyawan nya itu perempuan semua dan para karyawan ada yang sudah bekerja di sana kurang lebih 8 tahun karena para karyawan disana sangat suka dengan pekerjaannya di karenakan owner atau pemilik usahanya sangat ramah pada karyawan dan alhasil karyawan tersebut sangat betah berkerja denganya.

Untuk penjualan nya keripik singkong turbo sakti ini yaitu sumenep, bangkalan, surabaya, dan malang dan untuk permintaan keripik singkong di setiap daerah tersebut sangat fantastis contohnya yang ada di bangkalan itu sekali kirim atau permintaannya itu sekitar 300-400 bal dalam sekali kirim yang dimana dalam seminggu ada 3 pengiriman, dan untuk 1 balnya sendiri terdapat 10 kemasan keripik singkong biasanya dalam sekali



permintaan itu di campur rasanya jika 400 bal berarti rasa barang putih itu 200 bal dan rasa pedas manis 200 bal. Harga keripik singkong turbo sakti ini 1 bungkusnya itu harganya 5 ribu dalam 1 bungkus beratnya 130 gram jadi sangat worth it untuk wilayah khususnya sumenep dan sekitarnya jadi untuk harga gak usah dipertimbangkan lagi karena sudah cukup murah dan juga sangat ramah dikantong masyarakat dan untuk rasanya jangan ditanya lagi dijamin ketagihan apalagi rasa bawang putih sangat direkomendasikan untuk para pecinta keripik singkong.

Untuk keripik singkong sendiri banyak masyarakat yang suka dengan varian rasa bawang putih nya dan untuk penjualannya rasa bawang putih paling banyak terjual di bandingkan rasa pedas manis. Keripik singkong ini sangat cocok untuk ngemil dimanapun entah itu di rumah di tempat kerja dan tempat di manapun karena mudah di bawa kemanapun dan keripik singkong ini juga sangat cocok untuk dijadikan oleh oleh ke kampung halaman bagi orang yang mau mudik dan juga bisa dijadikan bahan ngemil di dalam perjalanan itu sangat direkomendasikan. Untuk proses pengolahannya sendiri itu masih manual dalam proses penjemuran yang masih memanfaatkan panas matahari dan proses penggorengan yang masih menggunakan kayu bakar tidak menggunakan tabung elpiji dikarenakan dalam proses penggorengan menggunakan kayu bakar itu lebih efektif dan juga lebih beraroma dari pada menggunakan elpiji. Dengan menggunakan kayu sebagai bahan bakar itu lebih ringan biaya dari pada menggunakan tabung elpiji.

Dalam menentukan harga owner atau pemilik turbo sakti ini dengan menggunakan metode jika bahan baku naik maka juga akan naik tapi untuk kenaikan harga bahan baku itu jarang terjadi karena dari dulu harga bahan baku atau bahan utamanya itu stabil harganya meskipun bahan bakunya naik maka akan menstabilkan harga produk dengan bahan bakunya agar masih ramah di kantong masyarakat. Keripik singkong turbo sakti ini menurut sejarahnya adalah keripik singkong pertama yang di produksi di manding daya sebelum ada usaha keripik singkong di manding daya sudah ada usaha keripik singkong turbo sakti lebih dulu maka tidak heran jika keripik singkong turbo sakti ini sudah terkenal atau tidak asing lagi di lingkungan masyarakat di daerah lain khususnya daerah sumenep.

Keripik singkong turbo sakti yang sudah berjalan kurang lebih 20 tahun untuk promosinya masih secara manual. Padahal di era sekarang promosi online itu sangat penting untuk mengembangkan bisnis ini agar lebih besar lagi. Dengan begitu kami selaku mahasiswa membantu membuat video promosi keripik singkong turbo sakti yang nantinya di upload di sosial media agar keripik singkong turbo sakti ini lebih terkenal lagi di luar daerah dan nantinya bisa meningkatkan penjualan. Semoga dalam upaya kami membantu mempromosikan produk turbo sakti ini kedepannya tingkat penjualannya meningkat lagi.

METODE

Tahap pelaksanaan

Dalam program magang ini mahasiswa dituntut untuk terjun langsung agar merasakan pengalaman kerja secara langsung suatu industri UMKM. Maka pada tanggal 24 April - 26 Mei 2024 dilaksanakan kegiatan magang industri di UMKM bagi mahasiswa prodi manajemen, akuntansi, dan bisnis digital Wiraraja Madura pada IKM keripik singkong TURBO SAKTI yang tempatnya di manding daya sumenep. Hasil dari magang Industri ini cukup menambah wawasan pengalaman kerja bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen, Akuntansi dan bisnis digital Universitas Wiraraja Madura yang melaksanakan praktek kerja



lapangan di UMKM tersebut.

Pelaksanaan kegiatan

Kunjungan	Tanggal	Kegiatan
1	28 April 2024	- Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM - Membantu proses pengemasan produk keripik singkong
2	5 Mei 2024	- Melakukan wawancara lanjutan dengan pemilik UMKM - Membantu mempromosikan produk turbo sakti dengan membuat vidio promosi
3	19 Mei 2024	- Melakukan sosialisasi dengan pemilik umkm

Hasil dari kegiatan magang industri ini kita menemukan titik permasalahan yang dimana tidak begitu serius di bagian proses pengemasan nah disana kami menemukan permasalahan yang diman jika dalam proses pengepresan atau segel pada produk harus benar benar rapi dan utamanya dalam produk tersebut harus ada udara di dalam kemasannya istilahnya harus kembung jika itu tidak di perhatikan dalam kemasannya tidak ada udara (kempes) atau asal asalan dalam proses pengepresan maka produk itu tidak akan bertahan lama maka keripik singkong tersebut akan cepet lebih layu dan juga para konsumen kurang minat jika pada produk tersebut kempes atau tidak gelembung. Tapi permasalahan tidak begitu serius atau minim sekali terjadi.

1. Kunjungan pertama pada usaha keripik singkong turbo sakti kami melakukan survei lokasi dan melakukan wawancara dengan pemilik UMKM agar kami bisa tau permasalahan nay itu apa atau kendalanya yang di alami pda UMKM turbo sakti tersebut dan juga kita terjun langsung membantu proses pengemasannya agar kita tau di dunia kerja itu seperti apa. Dalam dunia kerja ini kita bisa terjun langsung ke dunia kerja dan kita bisa tau dalam proses demi proses pembuatan keripik singkong tahap demi tahapnya agar kita bisa mempunyai pandangan tentang dunia kerja kedepannya dengan adanya magang ini kita bisa tau di lingkungan dunia kerja itu seperti apa.



Gambar 1: Dokumentasi kunjungan pertama melakukan wawancara dengan pemilik



2. Kunjungan ke dua pada usaha keripik singkong turbo sakti kita melakukan wawancara lanjutan dengan pemilik UMKM tersebut agar kita tau lebih dalam lagi mengenai usaha turbo sakti ini. Dan juga kita membantu mempromosikan produk turbo sakti dengan melakukan atau membuat video promosi yang dimana video tersebut di apload di sosial media agar masyarakat yang di luar daerah sumenep tau tentang produk keripik singkong turbo sakti yang dimana hal itu bisa meningkatkan penjualan keripik singkong turbo sakti tersebut. Dalam upaya kami meningkatkan penjualan dengan membuat video promosi agar turbo sakti ini kedepannya lebih berkembang lagi dan tentunya permintaan semakin banyak dan harapan nya keripik singkong turbo sakti ini bisa terkenal sampai ke luar Madura khususnya di jawa timur agar disana juga merasakan bahwa keripik khas sumenep ini tidak kalah rasanya dengan keripik yang sudah tersebar di Indonesia maka kami mahasiswa PKL mempromosikan nya dengan social media agar semua orang dapat merasakan keripik singkong turbo sakti khas sumenep.



Gambar 2 : Dokumentasi kunjungan kedua melakukan wawancara lanjutan dengan pemilik UMKM turbo sakti dan membuat video promosi

3. Kunjungan ke tiga sekaligus kunjungan terakhir kita melakukan sosialisasi dengan owner turbo sakti terhadap permasalahan yang ada pada UMKM tersebut. Dan juga kita sedikit memberikan hadiah pada pemilik UMKM turbo sakti sebagai tanda terima kasih kita sudah di beri izin untuk berkunjung ke UMKM tersebut dan juga berterima kasih karena di perbolehkan terjun langsung dalam dunia kerja pada proses pembuatan keripik singkong turbo sakti manding daya. Dalam kunjungan ke tiga kami mahasiswa PKL sangat berterima kasih kepada owner atau selaku pemilik UMKM turbo sakti dan para karyawan turbo sakti yang sudah memberi izin terjun langsung dunia kerja pada usaha keripik singkong yang diman itu menjadi pelajaran berharga bagi kami yang nantinya akan menghadapi lingkungan dunia pekerjaan.



Gambar 3: Dokumentasi kunjungan ke tiga sosialisasi dengan pemilik UMKM turbo sakti

HASIL

Dari adanya program magang ini kita harapkan keripik singkong turbo sakti ini mengalami peningkatan penjualan karena sebelumnya tidak ada promosi yang dilakukan hanya sebatas orang ke orang, dengan program magang kita membantu mempromosikan produk nya ke social media yang berupa membuat video promosi agar keripik singkong ini lebih terkenal lagi di semua wilayah Indonesia dan nantinya meningkatkan penjualan.

Pengaruh brand image terhadap Keputusan Pembelian beberapa penelitian telah menemukan hubungan antara citra merek dan keputusan konsumen untuk membeli sesuatu. Misalnya, penelitian yang dilakukan menemukan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli sesuatu (Ariyani, Riono, and Sucipto 2022). Penemuan ini mendukung teori bahwa citra merek adalah faktor penting dalam keputusan konsumen untuk membeli sesuatu, karena citra merek yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas konsumen terhadap suatu merek

Pengaruh Brand Image pada Kripik Singkong Turbo Sakti Dalam konteks Kripik Singkong Turbo Sakti, brand image dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan cara berikut:

1. Kualitas Produk: Gambaran merek yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk, yang berarti bahwa Kripik Singkong Turbo Sakti yang memiliki gambaran merek yang baik diharapkan memiliki kualitas yang lebih baik.
2. Kepercayaan dan Loyalitas: Gambaran merek yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek, sehingga konsumen lebih cenderung untuk melakukan pembelian.

DISKUSI

Program magang PKL di UMKM Kripik Singkong turbo sakti merupakan inisiatif yang sangat berharga dalam memberikan pengalaman praktis kepada para mahasiswa dalam dunia usaha mikro, kecil, dan menengah. Selama magang, para peserta akan terlibat langsung



dalam berbagai aspek operasional UMKM, mulai dari proses produksi kripik singkong hingga strategi pemasaran. Dengan demikian, mahasiswa memiliki kesempatan untuk memahami secara mendalam proses bisnis UMKM dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha skala kecil.

Selama program magang, mahasiswa akan diberikan kesempatan untuk belajar secara langsung dari pemilik UMKM dan karyawan tentang teknik produksi kripik singkong yang baik dan benar. Mereka akan terlibat dalam setiap tahap produksi, mulai dari persiapan bahan baku hingga proses pengemasan produk jadi. Hal ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi mahasiswa dalam memahami standar kualitas dan prosedur operasional yang diterapkan di UMKM Kripik Singkong.

Selain aspek teknis, program magang ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan soft skills seperti kemampuan komunikasi, kerjasama tim, dan problem-solving. Dengan berinteraksi langsung dengan pemilik UMKM, mahasiswa akan belajar bagaimana beradaptasi dengan lingkungan kerja yang berbeda dan menyelesaikan tantangan yang mungkin muncul selama proses magang. Hal ini akan membantu mahasiswa dalam mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja setelah lulus nanti.

Selain itu, melalui program magang ini, mahasiswa juga memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM Kripik Singkong. Dengan memberikan ide-ide segar dan perspektif baru, mahasiswa dapat membantu UMKM dalam mengidentifikasi peluang baru dan menghadapi tantangan yang ada. Kolaborasi antara mahasiswa dan UMKM juga dapat menciptakan sinergi positif yang menguntungkan kedua belah pihak dan berpotensi untuk meningkatkan inovasi di UMKM.

Program magang di UMKM Kripik Singkong juga dapat menjadi ajang untuk memperluas jaringan profesional mahasiswa. Dengan berinteraksi dengan pemilik UMKM, karyawan, dan masyarakat sekitar, mahasiswa dapat membangun hubungan yang berharga yang dapat bermanfaat untuk karier mereka di masa depan. Selain itu, kesempatan untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam industri kripik singkong juga dapat membuka peluang kerjasama atau peluang karier yang menarik bagi mahasiswa setelah menyelesaikan program magang.

KESIMPULAN

Dalam meningkatkan penjualan keripik singkong Turbo Sakti, peran brand image sangat penting. Image merek sangat penting untuk meningkatkan penjualan keripik singkong Turbo Sakti. Gambaran merek yang positif dan kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap produk, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Turbo Sakti dapat meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan, sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya. Selain itu, citra merek yang kuat juga dapat membantu dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri makanan ringan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan citra merek Turbo Sakti dan meningkatkan penjualan produknya, strategi pemasaran yang efektif harus diterapkan.

Dari peran brand image dalam meningkatkan penjualan kripik singkong Turbo Sakti adalah bahwa brand image yang kuat dan positif dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Mardhiyah and Safrin 2020), membangun kepercayaan, dan membedakan produk tersebut dari pesaing. Dengan fokus pada memperkuat brand image, Turbo Sakti



dapat mencapai peningkatan penjualan melalui loyalitas pelanggan dan daya tarik pasar yang lebih besar.

Dan juga dalam mempromosikan produk kita harus memanfaatkan teknologi atau social media sebaik mungkin yang terus berkembang agar produk kita terkenal dan terus meningkatkan penjualan karena dengan memanfaatkan teknologi maka usaha kita tidak akan ketinggalan zaman yang diman zaman semakin modern, dan tentunya juga sangat berpengaruh pada usaha kita kedepannya (Shoodiqin, Atrinawati, and Sukmara 2022).

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya pendampingan magang UMKM keripik singkong turbo sakti has manding daya sumenep Madura. Maka kami ucapkan terimakasih Kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan jalan kemudahan dalam proses magang dan juga penyusunan artikel praktek kerja lapangan (PKL)
2. Orang tua yang memberikan dorongan dan semangat dalam menyusun artikel praktek kerja lapangan program magang
3. Bapak Dr. Sjaifurrachman, S.H., C.N., M.H. selaku rektor universitas wiraraja
4. Bapak Ahmad Ghufrony, S.E., M.M selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis
5. Bapak Isyanto, S.Pd., M.Pd selaku ketua (PKL) 2024
6. Bapak dan ibu dosen panitia praktek kerja lapangan (PKL) 2024
7. Seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Wiraraja
8. Bapak Aryo Wibisono, ST., MM selaku dosen pembimbing (DPL) kami, yang sudah memberikan dorongan dan masukan
9. Ibu TiTin selaku pemilik usaha keripik singkong Turbo Sakti yang sudah memberikan informasi yang kami butuhkan

DAFTAR REFERENSI

- [1] Ariyani, Deva, Slamet Bambang Riono, and Hendri Sucipto. 2022. "Pelatihan Branding Equity Untuk Membangun Brand Image Pada Pelaku Umkm Di Desa Ciawi Dalam Meningkatkan Daya Jual: Branding Equity Training to Build Brand Image for Msme Actors in Ciawi Village in Increasing Selling Power." *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara* 2, no. 3: 100–106.
- [2] Mardhiyah, Ainun, and Feby Aulia Safrin. 2020. "Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong." *Sketsa Bisnis* 7, no. 1: 37–44.
- [3] Shoodiqin, Dian Mart, Lovinta Happy Atrinawati, and Riyan Benny Sukmara. 2022. "Peningkatan Penjualan Keripik Singkong Melalui Penambahan Variasi Rasa Dan Peningkatan Desain Kemasan." *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 5, no. 3: 24–29.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN