



UPAYA PENINGKATAN PRODUKTIVITAS DAN PEMASARAN PRODUK KRIPIK BAYAM MELALUI PEMASARAN ONLINE

Oleh

I Gusti Ayu Wirati Adriati¹, I Kadek Bagus Mahendrayana², Ida Bagus Teddy Prianthara³, I Putu Dharmawan Pradhana⁴, Sahri Aflah Ramadiansyah⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

Email: [1wiratiadriati@undiknas.ac.id](mailto:wiratiadriati@undiknas.ac.id)

Article History:

Received: 01-12-2024

Revised: 16-12-2024

Accepted: 03-12-2024

Keywords:

Spinach Chips;

Entrepreneurship; Digital

Marketing; Motivation

Abstract: Spinach is one of the agricultural commodities that are widely cultivated by farmers. This commodity is better known by the public as a vegetable that is easy to obtain and has many health benefits. The abundance of spinach during harvest in the village of Kumba makes villagers confused about what to process spinach into, there are even farmers who throw their crops into the river due to confusion about what to make in a hydroponic green house. This problem was then used by UNDIKNAS Bali students who had KKN in the village of Kampung Kusamba to create UMKM which would later be run by PKK women. It turns out that this UMKM is still not running optimally due to several problems, so this service aims to. Provide knowledge about operational management, so that it can work effectively and efficiently, and provide knowledge about good marketing management, and the use of social media to support digital marketing. Media promotion can be carried out by utilizing Linktree and Instagram as active promotional media in the field. Then it is necessary to develop business sales by utilizing social media as a forum for product marketing through social media accounts which are promotional platforms. This activity was carried out to help spinach chip business actors to increase sales by introducing ways to use social media as a promotional medium

PENDAHULUAN

Desa Kampung Kusamba yang berlokasi di Kabupaten Klungkung, memiliki suatu permasalahan pada *greenhouse hydroponic*, dimana pada permasalahan ini banyak sayur-sayuran yang ditanam tidak dimanfaatkan dengan baik, maka dari itu kami tim pengabdian kepada masyarakat memiliki niat memanfaatkan sayur bayam yang ditanam di green house untuk diolah lalu dipasarkan.

Sayur-sayuran memiliki peran penting sebagai bahan baku utama dalam berbagai hidangan. Salah satu sayuran yang cukup populer adalah bayam, yang tidak hanya lezat tetapi juga kaya



gizi. Bayam sering digunakan dalam berbagai masakan, mulai dari tumisan hingga sup. Kelezatan dan keberagaman cara penyajiannya menjadikan bayam sebagai pilihan favorit banyak orang. Selain itu, bayam juga dikenal memiliki banyak manfaat kesehatan yang menjadikannya sebagai sayuran yang patut diperhatikan dalam pola makan sehari-hari.

Menurut informasi dari Healthline, mengonsumsi bayam dapat memberikan berbagai manfaat kesehatan, seperti meningkatkan kesehatan mata, mencegah kanker, dan membantu melancarkan tekanan darah. Kandungan nutrisi dalam bayam sangat mengesankan, termasuk vitamin A, vitamin C, dan vitamin K1. Vitamin-vitamin ini berperan penting dalam menjaga kesehatan tubuh, seperti memperkuat sistem kekebalan tubuh, mendukung kesehatan mata, dan berkontribusi pada pembekuan darah yang normal. Dengan segala manfaat tersebut, bayam menjadi pilihan sayuran yang sangat baik untuk dimasukkan ke dalam menu harian.

Menanam bayam juga terbilang mudah dan tidak memerlukan perawatan yang rumit, sehingga banyak orang memutuskan untuk menanamnya di kebun hidroponik. Contohnya, di Greenhouse Hidroponik Kampung Kusamba, Klungkung, banyak masyarakat yang tertarik untuk menanam bayam secara hidroponik. Metode ini tidak hanya efisien dalam penggunaan air, tetapi juga memungkinkan pertumbuhan sayuran yang lebih cepat dan bebas dari pestisida. Dengan demikian, menanam bayam di kebun hidroponik menjadi pilihan yang menarik bagi mereka yang ingin menikmati sayuran fresh dan sehat langsung dari kebun mereka sendiri.

Bayam (*Amaranthus* spp.) merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan oleh petani. Komoditas ini lebih dikenal oleh masyarakat sebagai sayuran yang mudah diperoleh dan memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Gunawan (2017) mengemukakan bahwa dalam 100 gram bayam mengandung nutrisi sebanyak 2,3 gram protein, 3,2 gram karbohidrat, 3 gram zat besi dan 81 gram kalsium. Disamping itu, bayam juga kaya akan mineral, termasuk vitamin A, vitamin C, niacin, thiamin, phosphorus, riboflavin, sodium, kalium dan magnesium.

Adanya unit usaha yang mengolah daun bayam menjadi keripik bayam dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan permintaan bayam sebagai bahan baku. Keripik bayam, yang dikenal sebagai camilan sehat dan lezat, semakin diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, terutama yang menginginkan alternatif cemilan yang lebih bergizi. Dengan meningkatnya popularitas keripik bayam, permintaan terhadap produk ini tentunya akan memicu para petani untuk memperbanyak produksi bayam. Hal ini bukan hanya menguntungkan bagi petani, tetapi juga bagi perekonomian lokal secara keseluruhan.

Peningkatan permintaan ini akan memotivasi para petani existing untuk mengembangkan usahanya, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas produksi. Selain itu, kesempatan ini juga dapat menarik minat calon petani untuk terjun ke dalam usaha budidaya bayam. Dengan dukungan yang tepat, seperti pelatihan dan akses ke teknologi pertanian modern, para petani dapat meningkatkan produktivitas mereka. Hal ini akan menciptakan ekosistem yang positif, di mana para petani dapat merasakan keuntungan yang lebih besar dari hasil panen mereka.

Selain memberikan nilai tambah bagi komoditas bayam, berkembangnya usaha keripik bayam juga dapat menciptakan kesempatan kerja baru di masyarakat. Proses produksi keripik bayam memerlukan tenaga kerja, yang dapat membuka lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat. Selain itu, produk ini juga memberikan alternatif bagi masyarakat untuk



menikmati makanan berbahan sayuran yang sehat dan bergizi. Dengan demikian, usaha keripik bayam tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi sayuran dalam pola makan sehari-hari.

Dalam pengembangan usaha, terdapat beberapa permasalahan yang sering dihadapi, terutama dalam aspek produksi, produk, dan pemasaran. Di sisi produksi, para petani sering kali menghadapi tantangan terkait teknik budidaya yang efektif, serta keterbatasan dalam akses terhadap teknologi modern. Permasalahan ini dapat mengakibatkan hasil panen yang tidak optimal, sehingga mempengaruhi kualitas produk. Di samping itu, aspek produk juga menjadi perhatian, di mana inovasi dan diversifikasi produk perlu dilakukan untuk menarik minat konsumen dan memenuhi permintaan pasar yang semakin beragam.

Salah satu permasalahan yang paling mencolok terletak pada aspek pemasaran, terutama dalam hal pengetahuan Sumber Daya Manusia (SDM) mengenai strategi pemasaran yang efektif. Banyak petani dan pengusaha kecil yang belum sepenuhnya memahami pentingnya pemasaran online sebagai salah satu cara untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Keterbatasan dalam pengetahuan ini dapat mengakibatkan produk mereka kurang dikenal dan sulit untuk bersaing dengan produk sejenis. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran digital sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.

Tim pendampingan telah sepakat untuk bekerja sama dengan desa dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, khususnya dalam aspek produksi, produk, dan pemasaran. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan akan terjadi peningkatan dalam pendapatan petani serta kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, peningkatan kapasitas dan pengetahuan SDM dalam bidang produksi dan pemasaran akan memberikan dampak positif jangka panjang bagi komunitas. Dengan demikian, tujuan akhir dari program ini adalah menciptakan ekosistem usaha yang lebih berkelanjutan dan menguntungkan bagi para pelaku usaha di desa.

Tahapan Kegiatan Program Kerja Kuliah Nyata Universitas Pendidikan Nasional Desa Kampung Kusamba, Klungkung.

Solusi	Luaran	Tahapan
Pelatihan dan pendampingan manajemen operasional	Meningkatkan produktivitas UMKM dalam pembuatan kripik sayur bayam.	Memberikan pengarahan tentang cara pengolahan kripik bayam.
Pelatihan dan Pendampingan pemasaran online	Meningkatnya pengetahuan tentang cara memasarkan produk secara online	Memberikan pengetahuan tentang <i>Digital Marketing</i> . Membangun pondasi



		social media bisa lewat: Instagram, tiktok, Linktree
--	--	--

METODE

Lokasi pengabdian ini dilaksanakan di Desa Kampung Kusamba, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung, Bali. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi praktis terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra, dengan fokus pada tiga bidang utama: produksi, pemasaran, dan keuangan. Dalam rangka mencapai target luaran yang diusulkan, tahapan pelaksanaan solusi akan diuraikan secara sistematis. Metode yang digunakan dalam program ini adalah pendekatan Presman, yang berfokus pada identifikasi masalah, pengembangan solusi, dan implementasi kegiatan yang berkelanjutan. Tahap pertama adalah **identifikasi permasalahan mitra**. Proses ini dimulai dengan observasi dan pengamatan langsung terhadap aktivitas dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat di desa. Dengan pendekatan yang partisipatif, tim pengabdian akan berinteraksi dengan para petani dan pengusaha lokal untuk menggali informasi mendalam terkait masalah yang ada. Melalui diskusi dan wawancara, tim dapat mengidentifikasi akar permasalahan yang mempengaruhi produktivitas dan pemasaran produk. Setelah permasalahan teridentifikasi, tim akan mencari solusi yang relevan, termasuk pengembangan teknik budidaya dan inovasi produk yang dapat meningkatkan daya saing di pasar.

Tahap berikutnya adalah **pelatihan branding produk**. Produk olahan pangan, seperti stik bayam, keripik bayam, sinom, dan susu kedelai, akan diberi branding untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik di pasar. Pelatihan ini akan mencakup pemahaman tentang pentingnya branding, elemen-elemen yang membangun merek, dan cara menciptakan identitas produk yang kuat. Dengan adanya branding, masyarakat akan lebih mudah mengenali produk-produk dari Karang Taruna Desa Kampung Kusamba, yang diharapkan dapat menumbuhkan karakteristik tersendiri bagi produk tersebut. Melalui branding yang efektif, produk lokal tidak hanya akan lebih dikenal, tetapi juga dapat membangun loyalitas konsumen.

Tahapan terakhir adalah **pelatihan penggunaan digital marketing**. Dalam era digital saat ini, pemasaran online menjadi sangat penting untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Pelatihan ini akan diberikan kepada anggota Karang Taruna, dimulai dengan transfer pengetahuan dasar tentang pemasaran digital. Kemudian, pelatihan akan meliputi penggunaan aplikasi pemasaran berbasis web, teknik pembuatan konten yang menarik, serta strategi promosi di media sosial. Selain itu, anggota akan didampingi dalam proses upload produk dan mencoba melakukan pemasaran secara mandiri. Dengan keterampilan digital yang lebih baik, diharapkan para anggota dapat memasarkan produk mereka secara efektif, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat desa.

Aspek **produksi** juga akan menjadi fokus utama dalam pengabdian ini. Dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil pertanian, tim akan memberikan pelatihan mengenai teknik budidaya yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Pelatihan ini mencakup



pemilihan benih unggul, pengelolaan lahan, dan penerapan metode pertanian berkelanjutan. Dengan memanfaatkan teknologi pertanian terkini, seperti hidroponik dan pemupukan organik, petani di Desa Kampung Kusamba dapat meningkatkan produktivitas mereka. Hal ini tidak hanya akan mengoptimalkan hasil panen, tetapi juga memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih tinggi, yang pada gilirannya akan menarik minat konsumen.

Di samping itu, **penguatan kapasitas keuangan** juga merupakan bagian penting dari program ini. Dalam banyak kasus, petani dan pelaku usaha kecil sering kali menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan dan permodalan. Oleh karena itu, tim pengabdian akan melakukan pelatihan mengenai manajemen keuangan dasar, termasuk cara menyusun anggaran, mencatat transaksi, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Selain itu, pelatihan ini juga akan membahas akses kepada sumber-sumber pendanaan, seperti pinjaman mikro atau program bantuan pemerintah. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen keuangan, diharapkan para petani dan pengusaha dapat mengelola usaha mereka dengan lebih efisien dan berkelanjutan.

Terakhir, pentingnya **kolaborasi dan kemitraan** juga akan ditekankan dalam program ini. Tim pengabdian akan mendorong terbentuknya jaringan antara petani, pengusaha, dan pihak lain, seperti lembaga pendidikan dan pemerintah daerah. Melalui kolaborasi ini, diharapkan akan ada pertukaran pengetahuan dan pengalaman yang saling menguntungkan, serta dukungan dalam pengembangan usaha. Misalnya, kerjasama dengan lembaga pendidikan dapat membuka peluang bagi mahasiswa untuk terlibat dalam penelitian dan pengembangan produk lokal, sementara kerjasama dengan pemerintah dapat membantu dalam penguatan regulasi yang mendukung keberlanjutan usaha. Dengan membangun sinergi di antara berbagai pihak, Desa Kampung Kusamba diharapkan dapat mencapai tujuan pengembangan yang lebih holistik dan berkelanjutan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

HASIL

Hasil dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat dapat dilihat dari dua indikator utama, yaitu ketercapaian target luaran dan peningkatan wawasan mengenai pemasaran. Indikator pencapaian tujuan ini sangat penting untuk menilai sejauh mana program ini berhasil dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat. Salah satu fokus utama adalah memberikan pengetahuan tentang manajemen operasional yang efektif. Melalui pelatihan yang diberikan, diharapkan para petani dan anggota Karang Taruna dapat bekerja dengan cara yang lebih terorganisir dan efisien dalam kegiatan produksi mereka.

Dalam konteks manajemen operasional, materi yang disampaikan selama pendampingan dirancang agar mudah dipahami dan diterapkan. Pembagian tugas yang jelas selama proses produksi menjadi salah satu aspek yang ditekankan. Proses ini dimulai dari pemanenan sayur bayam di Greenhouse Hidroponik Kampung Kusamba, yang dilakukan secara sistematis. Setiap anggota tim bertanggung jawab atas tugas tertentu, mulai dari pencampuran bahan-bahan hingga pengemasan produk. Dengan pembagian tugas yang tepat, semua proses dapat berjalan dengan lancar dan terhindar dari ketidakefisienan. Keberhasilan dalam proses produksi juga didukung oleh penggunaan peralatan yang memadai. Tim pengabdian memastikan bahwa semua peralatan yang digunakan dalam



proses produksi telah sesuai dengan standar yang diperlukan, sehingga dapat meningkatkan efisiensi kerja. Misalnya, penggunaan alat pemanen yang tepat dan fasilitas pengemasan yang modern memungkinkan produk untuk diolah dengan cepat dan menjaga kualitasnya. Dengan demikian, tim dapat menyelesaikan setiap tahapan produksi dalam waktu yang lebih singkat tanpa mengorbankan kualitas produk akhir.

Peningkatan wawasan mengenai pemasaran juga menjadi salah satu hasil penting dari program ini. Melalui pelatihan pemasaran yang diberikan, anggota Karang Taruna memperoleh pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial dan platform digital. Dengan wawasan ini, mereka dapat mempromosikan produk lokal dengan lebih baik dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil yang dicapai dari program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan operasional, tetapi juga memberikan dampak positif dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Kampung Kusamba secara keseluruhan.



Gambar 1. Proses Pembuatan



Gambar 2 . Hasil Produksi

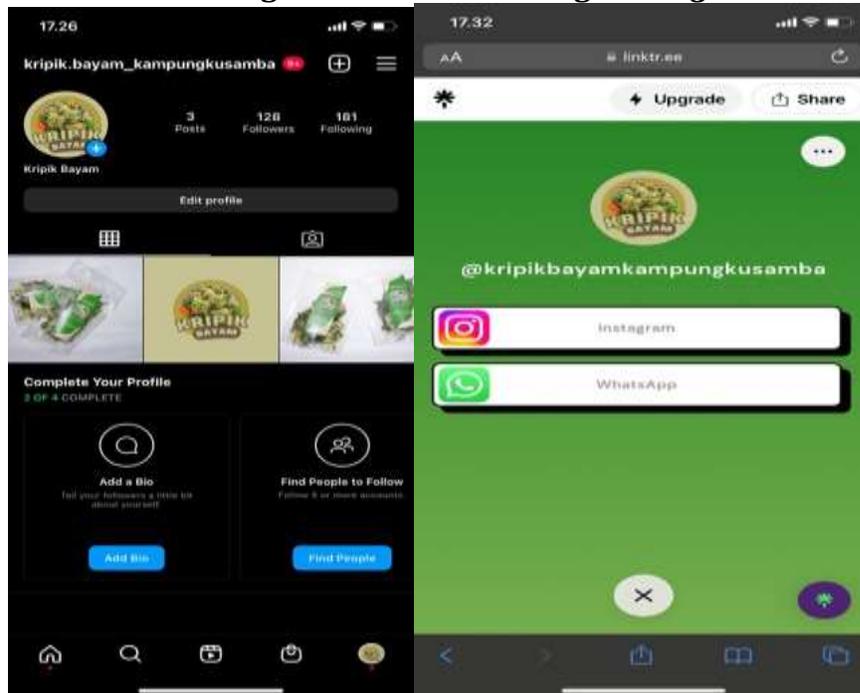
Memberikan pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang baik, serta pemanfaatan media social untuk menunjang pemasaran digital (*digital marketing*). Pelatihan manajemen pemasaran dalam program pengabdian ini juga sederhana, yaitu memberikan pengetahuan tentang target konsumen serta cara memasarkan produknya ke target konsumen. Target konsumen yang cukup luas bisa didapatkan dengan memanfaatkan media social baik FB, Instagram, whatsapp dan lain-lain. selain menyasar konsumen secara luas, juga harus bisa memanfaatkan peluang yang masih terbuka lebar yaitu masyarakat sekitar, karena didaerah Desa Kampung Kusamba ada banyak yayasan pendidikan mulai dari TK sampai SMA yang didalamnya banyak pelajarnya. untuk konsumen setingkat pelajar, UMKM ini menjual produknya yang harganya 1000. kemudian untuk produk yang ukurannya besar



bisa dijual secara online, dan bisa dititipkan di toko-toko yang ada di desa Tembokrejo maupun diluar desa. Dalam program pengabdian ini, kami juga membuatkan sticker yang ditempelkan di setiap bungkus produk sehingga produk kripik baya mini, menjadi lebih menarik.



Gambar 3. Pendetangan Narasumber mengenai *Digital Marketing*



Gambar 4. Hasil pembuatan *linktree* dan *Instagram*



Gambar 5. Antusiasme warga desa di sesi diskusi bersama narasumber

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui Pengabdian masyarakat di Desa Kampung Kusamba merupakan inisiatif yang sangat bermanfaat dan perlu ditindaklanjuti untuk memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi warga desa. Salah satu hasil yang paling signifikan dari program ini adalah peningkatan pendapatan masyarakat, yang diperoleh melalui pengembangan produk kripik bayam. Dengan menerapkan teknik produksi yang efisien dan efektif, serta memanfaatkan peralatan yang memadai, warga desa dapat menghasilkan produk berkualitas tinggi yang siap bersaing di pasar. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan mereka, tetapi juga memberikan rasa percaya diri dalam menjalankan usaha sendiri.

Selain itu, program ini juga menekankan pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran, yang sangat relevan di era digital saat ini. Warga desa diajarkan cara menggunakan platform seperti Linktree dan Instagram untuk mempromosikan produk mereka. Pelatihan ini mencakup pembuatan akun, pengelolaan konten, dan strategi pemasaran yang tepat. Dengan memanfaatkan media sosial, para pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Ini merupakan langkah penting dalam mengenalkan bisnis online kepada masyarakat desa, yang diharapkan dapat memperluas pasar mereka.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat di Desa Kampung Kusamba ini dapat dinyatakan sukses karena semua kegiatan yang direncanakan telah tercapai dengan baik. Evaluasi dari pelaksanaan program menunjukkan bahwa warga desa tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diaplikasikan dalam usaha mereka. Dengan keberhasilan ini, diharapkan program pengabdian masyarakat dapat menjadi model bagi inisiatif serupa di desa-desa lain, serta mendorong pengembangan ekonomi lokal yang lebih berkelanjutan dan mandiri.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aprianto, A. (2022). Peningkatan Kewirausahaan Keripik Bayam Menggunakan Media Sosial Untuk Meningkatkan Ekonomi Desa Kota Agung. *Marlborough: Journal of Community Service*, 1(1), 19-24.
- [2] Claudia, A., & Soedarso, I. F. (2021). Perencanaan unit pengolahan keripik bayam "Renyah Pisan" dengan kapasitas 500 bungkus@ 200 g/hari.
- [3] Hadi, W. P., Fauriski, M. I., Nurfaizah, N., Umamah, A., & Sari, A. I. (2022). Optimalisasi



- Greenhouse sebagai Media Edukasi dan Kewirausahaan di SMP Negeri 1 Kwanyar Bangkalan. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 5(2), 209-214.
- [4] Istiqomah, L., Aini, C. K., Rohmah, Z., & Wahyuni, A. S. (2019, November). Pelatihan Produksi Keripik Bayam untuk Meningkatkan Pemasaran dan Pengembangannya. In *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3, No. 1, pp. 57-60).
- [5] Nuramadani, U. (2022). Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengolahan Tanaman Bayam Yang Tumbuh Sekitar Perkarangan Di Kelurahan Padang Jati. *Tribute: Journal Of Community Services*, 3(1), 16-23.
- [6] Rukka, R. M., Busthanul, N., & Fatonny, N. (2018). Strategi pengembangan bisnis keripik bayam (*Amaranthus Hybridus*) dengan pendekatan business model kanvas: studi kasus pada CV. OAG di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 41-54.
- [7] Sativa, O., Maryam, S., & Juita, F. (2017). Analisis Nilai Tambah Bayam Sebagai Bahan Baku. *Jurnal Ekonomi Pertanian & Pembangunan ISSN*, 14(2), 39.
- [8] Suparman, A., Ernawan, D., Aulia, S., & Hasanah, N. (2022). Penerapan Digital Marketing sebagai Media Penjualan Keripik Bayam Hidroponik di Desa Mundusari Kecamatan Pusakanegara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(4), 129-140.
- [9] Utami, G. S., & Azinar, A. W. (2017). Iptek bagi masyarakat home industri keripik bayam. *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK)*, 1(1), 7-12.
- [10] Widyastuti, H., Yogendra, I. G., Kamal, H. N., Rizkiana, R., Muhamdani, D. A., Zarkasie, I. B., ... & Kusumastuti, G. (2022). Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Program Pengolahan Keripik Bayam serta Branding dan Marketing Pada KWT Flamboyan, Kelurahan Bantarjati, Bogor Utara. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 4(1), 50-61.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN