

Original Research Paper

## Pemanfaatan Potensi Pisang Sebagai Produk Olahan UMKM Pisang Sale Berkah Guna Meningkatkan Taraf Perekonomian di Dusun Otak Bangket Desa Tetebatu Selatan

Ahmad Jupri<sup>1\*</sup>, Ririn Ika Neisila<sup>2</sup>, Nikmatul Wahyu Agisni<sup>3</sup>, Yomi Ramdhani<sup>4</sup>, Tapaul Rozi<sup>5</sup>, Eka S Prasedya<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Prodi Ilmu Lingkungan FMIPA UNRAM

<sup>2</sup> Prodi Budidaya Perairan FAPERTA Universitas Mataram

<sup>3,5</sup> Prodi Ilmu Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Mataram

<sup>4</sup> Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram

<sup>6</sup> Prodi Biologi FMIPA Universitas Mataram

<https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.1397>

Sitasi: Jupri, A., Neisila, R. I., Agisni, N. W., Rozi, T & Prasedya, E. S. (2022). Pemanfaatan Potensi Pisang Sebagai Produk Olahan UMKM Pisang Sale Berkah Guna Meningkatkan Taraf Perekonomian di Dusun Otak Bangket Desa Tetebatu Selatan. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1).

### Article history

Received: 11 Januari 2022

Revised: 02 Februari 2022

Accepted: 18 Maret 2022

\*Corresponding Author:

Ahmad Jupri, Program Studi Ilmu Lingkungan, Universitas Mataram, Indonesia;  
Email: [juprizikril@gmail.com](mailto:juprizikril@gmail.com)

**Abstract:** UMKM Pisang sale berdiri sejak tahun 2012 di dusun otak bangket, desa tetebatu selatan, kecamatan sikur Lombok Timur. Olahan makanan yang dijadikan UMKM ini adalah berbahan baku pisang yang melimpah di wilayah tersebut. terdapat permasalahan-permasalahan yang dihadapi pada produksi ini, yaitu konsumen yang tidak menentu karena cakupan pasar yang sempit. Oleh karena itu, KKN tematik UNRAM memiliki program kerja yang berfokus pada branding UMKM pisang sale berkah. Hal tersebut guna memperkenalkan produk kepada khalayak luas dan juga sebagai media promosi untuk menarik para konsumen dari luar dengan memanfaatkan sosial media berupa instagram.

**Keywords:** Pisang sale, Berkah, Branding,UMKM

### Pendahuluan

Dalam sejarah perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah penopang perekonomian bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Karena kegiatan usahanya mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. UMKM sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional yang memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi mendominasi lebih dari 95 % struktur perekonomian nasional. Di tengah tuntutan kemampuan bersaing di dalam negeri yang masih dilindungi proteksi pemerintah, UMKM harus mampu menghadapi persaingan global yang berasal dari berbagai bentuk usaha mendorong integrasi pasar antar negara dengan seminimal mungkin hambatan. Maka UMKM perlu

memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan hukum dan pengembangan usaha seluas luasnya sebagai wujud keperpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat.

Salah satu pelaku UMKM pisang sale ini dilakukan didusun otak bangket, desa tetebatu selatan, kecamatan sikur lombok timur. Produksi yang dilakukan hampir setiap hari karena akan dijual di pasar menggunakan kemasan kecil dengan tarif harga Rp.1000 per pcs. Kemasan yang lebih besar menggunakan pouch dengan tarif harga Rp.6000. perbedaan kemasan ini merupakan salah satu bentuk marketing. Namun, pasaran yang ditunjukkan pada pisang sale ini tidak begitu luas yaitu hanya di daerah tetebatu selatan saja, padahal potensi pisang di desa tersebut sangatlah memadai.

Branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya

yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Maka bisa dikatakan bahwa branding ini sebuah tindakan komunikasi, memperkuat dan mempertahankan identitas sebuah brand produk penjual dalam mendapatkan perspektif kepada orang lain yang melihatnya. Dalam program kerja branding UMKM milik mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Mataram (UNRAM) yang bertugas di desa tetebatu selatan, para mahasiswa tersebut membantu dalam mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh UMKM terutama pada bagian promosi untuk memperluas cakupan pasar UMKM Pisang sale.

## Metode

### Waktu dan Tempat

Kegiatan branding dilakukan dengan beberapa tahapan. Survey UMKM dilakukan pada tanggal 23 Januari 2022 di dusun otak bangket, desa tetebatu selatan, kecamatan sikur lombok timur.

- Pertama, mahasiswa KKN Unram melakukan survey UMKM yang akan branding
- Kedua, mahasiswa KKN Unram melakukan branding berupa video promosi dan pamflet promosi
- Ketiga, mahasiswa KKN tematik mempromosikan UMKM tersebut melalui sosial media berupa instagram

### Hasil dan pembahasan

UMKM pisang sale merupakan UMKM yang memanfaatkan pisang sebagai bahan dasarnya. UMKM ini berdiri dari tahun 2012 yang didirikan oleh ibu Jumakiyah. Tahapan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN tematik UNRAM yakni tahap survey, dimana untuk menggali lebih luas informasi mengenai produk pisang sale tersebut.

Ketika melakukan survey, diketahui produk ibu jumakiyah sudah memiliki kemasan sendiri. produk pisang sale tersebut pun juga sudah memiliki nama yaitu "Pisang Sale Berkah". Untuk kemasan pisang sale ini, terdiri dari dua kemasan. Kemasan lebih kecil menggunakan plastik dengan harga Rp. 1000 sedangkan kemasan besar menggunakan pouch dijual dengan harga Rp. 6000



Gambar 1. Survey Produk UMKM



Gambar 2. Kemasan Pisang Sale Berkah

Daya saing dan kemampuan UMKM perlu lebih ditingkatkan agar dapat memanfaatkan sistem perdagangan bebas yang berlangsung saat ini. Sistem itu dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk memperkenalkan produk-produk unggulan mereka di pasar global, ikut serta bahkan berperan secara nyata dalam sistem tersebut. Namun demikian tidak seluruh UMKM dapat memanfaatkan situasi pasar yang demikian untuk menembus pasar yang lebih luas atau bersaing dalam pasar yang semakin global.

Merek merupakan faktor yang sangat mempengaruhi penjualan dari produk-produk milik UMKM karena merek merupakan ujung tombaknya produk ketika produk bersaing di pasaran karena fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk (baik itu barang maupun jasa) yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau yang mirip yang dimiliki oleh pesaingnya.

Hal yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UNRAM yakni membuat sebuah video dan pamflet agar lebih menarik antusias konsumen. Dengan ciri khas dari merek tersebut akan memberikan visual yang indah bagi para konsumen. Setelah melalui rangkaian pengeditan video maupun pamflet,

selanjutnya dilakukan branding dan promosi di salah satu media sosial yaitu melalui instagram @kkn.desatetebatuselatan hal tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk ke cakupan pasar yang lebih luas dan seluruh lapisan.

DESA SAYANG KEC. JATINANGOR  
KAB. SUMEDANG. *Dharmakarya*, 6(1).



Gambar 3. Pamflet Branding UMKM Pisang Sale Berkah

## Kesimpulan

UMKM Pisang sale berkah berdiri sejak tahun 2012. UMKM ini didirikan oleh ibu jumakiyah di dusun otak bangket, desa tetebatu selatan, kecamatan sikur lombok timur. Produk ini diproduksi ketika ada konsumen yang ingin memesan dan tidak setiap hari. Cakupan pasar dari UMKM ini yaitu sekitar daerah tetebatu selatan saja dan pasar kotaraja. Produk ini memiliki 2 kemasan yaitu kemasan kecil dan kemasan besar.

## Daftar Pustaka

- Jupri, A., Herlembang, B., Ariyansyah, M. A. J., Anggari, B. Y. I., Rozi, T., & Prasyai, E. S. (2021). Pendampingan Branding Packaging dan Digital Marketing Pada Produk UMKM Keripik Talas di Lingkungan Bagek Longgek, Kelurahan Rakam. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(3).
- Amirulloh, M., & Muchtar, H. N. (2017). STRATEGI PENINGKATAN USAHA MELALUI PELINDUNGAN MEREK BAGI UMKM SALE PISANG DI RW 09