

## INOVASI OLAHAN PRODUK PERTANIAN STIK SINGKONG KEJU DAN PENGUATAN DIGITAL MARKETING DI DESA JAMBUDESA

Cadar Isya Arbika<sup>1)</sup>, Habib Ilham Majid<sup>2)</sup>, Dyah Awaliyah Mar'ah<sup>3)</sup>, Riska Nabil Faa'idah<sup>4)</sup>,  
Aliza Listiawati<sup>5)</sup>, Ludfi Chairil<sup>6)</sup>, Ipuk Adi Prayoga<sup>7)</sup>

**Universitas Perwira Purbalingga**

cadarisya@gmail.com<sup>1)</sup>

### ABSTRACT

*The Community Service Program (KKN) is a program that involves students as an inseparable part of the tri dharma of higher education, focusing on honing students' abilities to apply all forms of knowledge acquired during lectures. Jambudesa Village, Purbalingga Regency is one of the locations for KKN implementation. Based on observations in this village, most of the local community are farmers. One of them is the cassava farmers who rely on it for their livelihood. At the time of the cassava harvest, farmers sell it directly to collectors at a price of around one thousand rupiah per kilo, as mentioned by one of the farmers. Therefore, an innovation program for food products based on local agricultural products, including cassava, was implemented. There are several reasons why this program was initiated, mainly to increase the market value of cassava. To foster creativity for the local community, especially for housewives, and to utilize the abundant agricultural products in the surrounding environment. In addition to product innovation, students also present a digital marketing socialization work program aimed at the sustainability of the product innovation creation, which is expected to expand the market, improve competitiveness, and maximize the economic potential of the community in the technological era. The results of the activities show an increase in community skills in processing cassava, the creation of unique food products, and the initial ability of the community to utilize social media to market products.*

**Keywords:** *community service, product innovation, cassava, cassava cheese sticks, digital marketing*

### PENDAHULUAN

Universitas Perwira Purbalingga adalah Universitas swasta yang berada di Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Universitas Perwira Purbalingga dibawah naungan Yayasan Perguruan Karya Bhakti Purbalingga yang telah berpengalaman puluhan tahun dalam menangani pendidikan di Kabupaten Purbalingga (Unperba, 2025).

Kuliah Kerja Nyata merupakan suatu program yang melibatkan mahasiswa sebagai bagian tidak terpisahkan dari tri dharma perguruan tinggi yang berfokus untuk mengasah kemampuan mahasiswa untuk menerapkan segala bentuk pengetahuan yang telah di dapatkan selama perkuliahan. Desa Jambudesa, Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu lokasi pelaksanaan KKN. Berdasarkan hasil pengamatan di desa ini, masyarakat setempat Sebagian besar adalah petani. Salah satunya yaitu petani singkong yang menjadi bagian mata pencaharian mereka. Pada saat panen singkong, petani hanya langsung di jual ke pengepul dengan harga kisaran seribu rupiah perkilo “ungkap salah satu petani sekitar”. Oleh karena itu, dilaksanakan program kerja

inovasi produk makanan yang berbahan dasarnya dari hasil bumi salah satunya yaitu singkong. Ada beberapa alasan Kenapa di adakan program tersebut karena tentunya untuk meningkatkan nilai jual dari singkong, menumbuhkan kreativitas bagi masyarakat setempat khususnya untuk ibu rumah tangga, serta memanfaatkan hasil bumi yang melimpah di sekitar lingkungan setempat. Selain inovasi produk mahasiswa juga menghadirkan program kerja sosialisasi digital marketing yang bertujuan untuk keberlanjutan dari pembuatan inovasi produk yang di harapkan dapat memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan memaksimalkan potensi ekonomi masyarakat di era teknologi.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengolah singkong, terciptanya produk pangan unik, serta kemampuan awal masyarakat dalam memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Waktu dan Tempat**

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) inovasi olahan produk pertanian berbasis singkong ini dilaksanakan pada Rabu, 6 Agustus 2025. Kegiatan berlangsung di Dusun 3 RT 03 RW 04, Desa Jambudesa, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Purbalingga. Kemudian pada program Digital marketing di laksanakan pada Selasa, 19 Agustus 2025 di aula balai Desa. Lokasi ini dipilih karena merupakan wilayah dengan potensi hasil bumi singkong yang melimpah serta masyarakat yang memiliki antusiasme tinggi terhadap pengembangan produk pangan lokal.

### **Khalayak Sasaran**

Adapun sasaran khalayak pada program kerja ini yaitu masyarakat setempat dan pelaku UMKM di Desa Jambudesa pada program kerja inovasi olahan produk pertanian berbasis singkong jumlah peserta yang hadir sebanyak 10-15 orang. Kemudian Pada program kerja digital marketing jumlah peserta yang hadir sebanyak 45 orang.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

#### **1. Konservasi Potensi Desa.**

Tahap awal dilakukan dengan melakukan survey potensi pertanian singkong di Desa Jambudesa, khususnya di wilayah Dusun 3 RT 03 RW 04. Survei ini dilengkapi dengan wawancara Bersama warga dan perangkat desa pada saat awal kunjungan posko KKN. Untuk memperoleh gambaran mengenai ketersediaan bahan baku, pola produksi, serta tantangan yang di hadapi masyarakat dalam pengolahan hasil bumi.

#### **2. Pelatihan Pembuatan Stik Singkong Keju**

Kegiatan pelatihan dimulai dengan menggali potensi desa dan permasalahan yang di hadapi oleh para petani singkong, serta kendala dalam pengolahan produk berbasis singkong, kemudian di lanjut dengan pengenalan bahan baku, resep dan Teknik pengolahan singkong menjadi stik keju. Proses praktik dalam pembuatan produk melibatkan partisipasi aktif ibu-ibu setempat dan pemuda desa. Peserta di ajak untuk praktik mengolah secara langsung tahapan produksi mulai dari pengupasan, pengolahan adonan, penggorengan, hingga menghasilkan produk akhir yang siap di konsumsi.

#### **3. Pengemasan dan Branding Produk**

Setelah produk berhasil di buat, dilanjut dengan pelatihan pengemasan. Masyarakat dikenalkan pada cara membuat label sederhana serta edukasi mengenai pentingnya standar kemasan yang higienis dan menarik sebagai salah satu strategi branding. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk.

#### **4. Pelaksanaan Program Kerja Lanjutan Digital Marketing**

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan inovasi olahan singkong, dilaksanakan program kerja lanjutan berupa pelatihan digital marketing pada Selasa, 19 Agustus 2025, bertempat di Aula

Balai Desa Jambudesa. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat pada strategi pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi digital.

Dalam sosialisasi ini, peserta terdiri dari ibu-ibu PKK, pemuda desa, serta perwakilan kelompok tani, yang di bekali keterampilan seperti pemanfaatan media sosial (facebook, Instagram, WhatsApp Business), Teknik membuat konten digital sederhana serta strategi dalam menjaga konsistensi branding agar produk memiliki daya tarik lebih di pasar online

## **PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Jambudesa menghasilkan beberapa capaian yang cukup signifikan bagi masyarakat. Pertama, melalui pelatihan pengolahan singkong menjadi stik singkong keju, masyarakat khususnya ibu rumah tangga dan pemuda desa mendapatkan keterampilan baru dalam mengolah hasil bumi lokal menjadi produk pangan yang bernilai jual lebih tinggi. Hal ini berdampak pada peningkatan kreativitas serta pemanfaatan potensi alam yang sebelumnya kurang di maksimalkan.

Kedua, pada aspek pengemasan dan branding, masyarakat mulai memahami pentingnya kemasan yang higienis, menarik, dan memiliki label sederhana sebagai identitas produk. Langkah ini terbukti mampu meningkatkan citra produk serta menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap standar kualitas pangan.

Ketiga, melalui program lanjutan berupa pelatihan digital marketing, masyarakat Desa Jambudesa mulai mengenal strategi pemasaran modern. Peserta di berikan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi. Selain itu, mereka juga berlatih membuat konten digital sederhana untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Dengan demikian, keterampilan pemasaran digital ini dapat membuka peluang baru bagi masyarakat Desa Jambudesa yang tentunya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas masyarakat, baik dalam hal produksi maupun pemasaran. Program inovasi olahan singkong yang di padukan dengan strategi digital marketing tidak hanya memberi nilai tambah pada produk local, tetapi juga berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Jambudesa.

## **KESIMPULAN**

Program KKN di Desa Jambudesa berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah singkong menjadi stik singkong keju serta memahami dasar pengemasan dan branding. Program lanjutan digital marketing yang berguna untuk memperluas wawasan pemasaran berbasis teknologi sehingga produk memiliki peluang lebih besar untuk bersaing dan meningkatkan ekonomi desa.

## **SARAN**

1. Perlu pendampingan berkelanjutan agar inovasi produk terus berkembang.
2. Literasi digital masyarakat perlu di tingkatkan agar pemasaran lebih optimal.
3. Generasi muda di harapkan lebih aktif dalam mengelola keberlanjutan program.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2022). *Outlook komoditas pertanian: Singkong*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.

- Mulyanto & Budi, A. P. (2025). Penerapan pemasaran digital dan kinerja UMKM: Dukungan faktor lingkungan internal dan eksternal. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(2), 301–313.
- Pratama, R., & Wulandari, S. (2022). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 45–53.
- Putri Ariani Permatasari & Shilma Himmati Choiriyah. (2024). Penerapan strategi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Ngaboci. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(2), 78–85.
- Rahmawati, I., & Prasetyo, H. (2021). Inovasi produk pangan lokal berbasis singkong untuk peningkatan nilai tambah ekonomi masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 115–124.
- Unperba. (2025). Profil Unperba. <https://www.unperba.ac.id/sejarah>