

Pemanfaatan Olahhan Singkong dalam Meningkatkan Nilai Ekonomi Masyarakat Desa Girimulyo, Kabupaten Gunungkidul

Michael Reskiantio Pabubung¹, Lidya Putri Keren Hapukh², Lolita Chandra Budikusuma³, Albertus Anggito Pramudito⁴, Sherina Lourencia Putri⁵, Salsabila⁶, Kristiyadi Retra Dinata⁷, Devina Karsten Setiadi⁸, Verena Septiriani⁹, Richardus Alga Admaja¹⁰, Elia Sepen Daridu¹¹
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No.44, Janti, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55281^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}
email: michael.pabubung@uajy.ac.id

Received 5 Juni 2022; Revised 12 Desember 2024 ; Accepted for Publication 12 Desember 2024; Published 30 January 2025

Abstract —KKN is a kind of community service by students. The KKN launched by Universitas Atma Jaya Yogyakarta has now entered its 81st period and took place “online” without any direct student participation due to the current pandemic condition, which has not yet recovered. In implementing this project, our group got Girimulyo Village as the location for this activity. Girimulyo Village is located in Panggang District, Gunungkidul Regency, Yogyakarta Special Region Province. Girimulyo Village is a village that has the potential for abundant agricultural products. Currently, the utilization of this agricultural product is still not optimal. It urges us to act and do more. According to us, optimal utilization would increase the economic value and provide welfare for the people of Girimulyo Village. The information on Girimulyo Village was obtained through online literature data and direct observation. Direct observations were made to complete data not yet available on the Internet. Our work program is to educate and provide new insights into managing natural products, especially cassava, which can be used as “brownies” cake to increase its selling value with several design steps from raw materials to products that many people can consume. This new information is expected to motivate the people of Girimulyo Village to optimally utilize the abundant natural products to increase the economic value and welfare of the people of Girimulyo Village.

Keywords — Cassava, Economy, Agricultural Product, Girimulyo, Service

Abstrak—Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta kali ini memasuki periode ke 81 dan berlangsung secara “dalam jaringan” tanpa adanya penerjunan secara langsung oleh para peserta kegiatan Kuliah Kerja Nyata kali ini, dikarenakan kondisi pandemi yang kini belum pulih. Pada pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini, kelompok penulis mendapatkan Desa Girimulyo sebagai lokasi pelaksanaan kegiatan ini. Desa Girimulyo terletak di Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Girimulyo merupakan suatu desa yang memiliki potensi hasil pertanian yang melimpah. Saat ini, pemanfaatan hasil pertanian ini masih kurang optimal. Hal ini yang menjadi acuan untuk kelompok penulis dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini. Pengolahan secara optimal akan berpotensi untuk menaikkan nilai ekonomi dan perlahan dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat Desa Girimulyo. Informasi seputar Desa Girimulyo ini diperoleh melalui data literatur online dan observasi langsung. Observasi langsung dilakukan untuk melengkapi data yang belum tersedia di internet. Program kerja kelompok penulis adalah mengedukasi serta memberikan wawasan baru dalam mengelola hasil alam yang berupa singkong yang dapat dimanfaatkan menjadi *brownies* agar dapat menaikkan nilai jual singkong dengan beberapa langkah perancangan dari bahan mentah hingga menjadi produk yang dapat dikonsumsi banyak orang. Informasi baru ini diharapkan dapat memotivasi masyarakat Desa

Girimulyo untuk memanfaatkan hasil alam yang melimpah dengan optimal demi peningkatan nilai ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Desa Girimulyo.

Kata Kunci—Ekonomi, Girimulyo, Pengabdian, Produk Pertanian, Singkong

I. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata *Society* 5.0 Periode-81 merupakan suatu kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh mahasiswa kepada masyarakat desa dan berlangsung secara dalam jaringan dengan tidak adanya penerjunan mahasiswa secara langsung[1]. Kegiatan pengabdian ini dilakukan oleh kelompok penulis terhadap Desa Girimulyo yang berlokasi di Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Girimulyo berada di daerah daratan rendah dan berada di Selatan Kota Yogyakarta.

Desa Girimulyo menyediakan hasil alam yang sangat melimpah dan menjadi peluang ekonomi masyarakat di Desa Girimulyo agar dapat menyejahterakan kehidupan masyarakat di masa mendatang. Salah satu hasil alam terbesar yang terdapat di Desa Girimulyo adalah singkong. Namun, pengolahan hasil alam berupa singkong ini oleh masyarakat Desa Girimulyo masih sangat kurang optimal. Seharusnya dengan berbekal pengetahuan yang luas, hasil alam singkong yang melimpah ini dapat diolah dengan seoptimal mungkin dan tentunya akan meningkatkan nilai ekonomi masyarakat di Desa Girimulyo[2] sebagai salah satu bagian dari pemberdayaan masyarakat.

Rencana pemanfaatan singkong untuk diolah menjadi *brownies* melalui beberapa tahapan, sebagai berikut :

1. Manfaat mengonsumsi singkong
2. Pengelolaan *brownies* singkong
3. Pengemasan *brownies* singkong
4. Pemasaran *brownies* singkong
5. *Branding* Produk

Adapun tujuan dari program kerja ini adalah untuk memberikan program dan inovasi tentang pengelolaan hasil pertanian lokal yang terdapat di Desa Girimulyo khususnya pada hasil panen singkong, dengan harapan dapat meningkatkan nilai perekonomian masyarakat di Desa Girimulyo. Berdasarkan hal ini, pihak kelompok ingin mengembangkan potensi Desa Girimulyo dalam bidang kewirausahaan dengan memberikan inovasi pembuatan *brownies* singkong dan cara memasarkan hasil produksi tersebut, yang mana pangan ini berasal dari kekayaan alam singkong desa tersebut. Kelompok akan berfokus pada digital marketing, yakni pemasaran berbasis internet, di mana

pemasaran brownies dilakukan dengan media sosial seperti instagram. Digital marketing menjadi wadah yang paling memungkinkan untuk kondisi saat ini, di mana aktivitas perdagangan yang awalnya dilakukan secara *real time* dan tatap muka. Oleh karena itu, pengetahuan tentang digital marketing sangat diperlukan untuk mengembangkan usaha para masyarakat Desa Girimulyo sebagai teknologi baru.

II. METODE PENGABDIAN

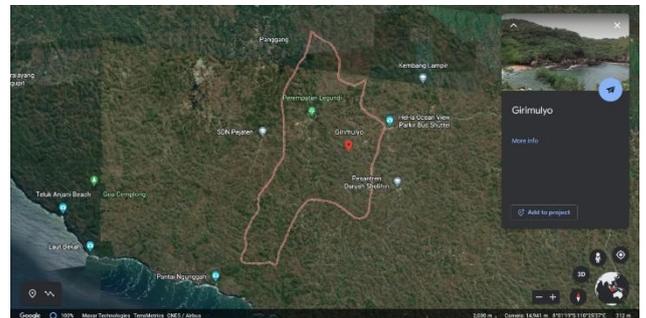
Pengabdian KKN *Society 5.0* periode ke-81 ini terlaksana melalui dalam jaringan tanpa adanya penerjunan lapangan. Sasaran untuk kegiatan ini yaitu masyarakat Desa Girimulyo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dimaksud dalam jurnal ini terfokus pada sosialisasi pemanfaatan olahhan singkong dengan tujuan meningkatkan perekonomian di Desa Girimulyo[3] mulai dari pengelanaan, pengemasan, pemasaran, hingga “branding”. Singkong adalah salah satu potensi pertanian yang ada di Desa Girimulyo dan memiliki potensi besar untuk dapat diolah sebagai brownies singkong. Dengan produksi ini, maka singkong dapat menjadi sumber ekonomi di bidang kewirausahaan berbasis kearifan lokal. Adanya pemanfaatan potensi di bidang pertanian sebagai kewirausahaan ini, diharapkan dapat memberdayakan masyarakat desa[4] serta mampu memperkenalkan Desa Girimulyo ke masyarakat luar serta mengembangkan perekonomian masyarakat desa.

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata *Society 5.0* oleh kelompok penulis Universitas Atma Jaya Yogyakarta, pencarian data mengenai informasi umum maupun potensi Desa Girimulyo menggunakan metode penelitian dokumen. Penelitian dengan metode ini adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pemeriksaan berbagai jenis dokumen, yang mana dapat bermanfaat sebagai bahan analisis. Pengumpulan data yang dilakukan tidak menggunakan jenis dokumen primer, melainkan menggunakan dokumen sekunder dengan data resmi yang sudah ada[5], [6]. Sumber resmi yang dimaksudkan yakni jurnal, situs resmi Pemerintah Desa Girimulyo, Badan Pengelolaan Statistik Kabupaten Gunungkidul tentang Kecamatan Panggang, laporan, artikel tentang potensi desa, dan beberapa jurnal yang tersedia di internet. Data yang diperoleh selanjutnya dibahas dan diperbincangkan melalui *Whatsapp* dan *Meeting Microsoft Teams*. Hal ini dikarenakan kelompok melakukan model KKN *Society 5.0* dengan tidak adanya penerjunan lapangan, sehingga tidak terdapat data wawancara ataupun data yang mendengarkan langsung dari warga desa ketika turun lapangan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Girimulyo merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Panggang, berada sebelah tenggara kecamatan tersebut[7]. Desa Girimulyo jaraknya 5,5 km dari kantor kecamatan, sehingga tidak banyak instansi pemerintahan yang ada di wilayah Desa Girimulyo. Berdasarkan data statistik kependudukan *jogjaprov* pada

Semester II tahun 2021, jumlah laki-laki di Desa Girimulyo terdiri sebanyak 2.926 dan jumlah perempuan di desa tersebut 2.981. Oleh karena itu, jumlah keseluruhan penduduk di desa tersebut yakni sebanyak 5.907 berdasarkan data terakhir yang didapatkan di tahun 2021. Selanjutnya, untuk pemetaan usia produktif desa tersebut, berdasarkan data statistik kependudukan jogja prov pada Semester II tahun 2021 yakni 0-14 tahun (belum produktif) sebanyak 561 laki-laki dan 482 perempuan, usia 15-64 tahun (produktif) sebanyak 1.961 laki-laki dan 1.970 perempuan, serta usia 64 tahun ke atas (tidak produktif) sebanyak 404 laki-laki dan 529 perempuan. Dalam data tersebut, dapat disimpulkan bahwa jumlah keseluruhan kelompok umur pada laki-laki dan perempuan sebanyak 5.907, yang berarti kondisi usia produktif di desa tersebut masih dalam kategori stabil.



Sumber: <https://earth.google.com>

Gambar 1. Peta Desa Girimulyo

Berdasarkan data angkatan kerja di Desa Girimulyo, pemaparannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai ASN sebanyak 90 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai TNI sebanyak 4 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai polisi sebanyak 5 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai pejabat negara sebanyak 1 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai buruh dan tukang berkeahlian khusus sebanyak 497 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja di sektor pertanian, peternakan, dan perikanan sebanyak 2.703 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai karyawan BUMN / BUMD sebanyak 2 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 423 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai tenaga medis sebanyak 4 orang.
- Jumlah pria dan wanita yang bekerja sebagai ASN sebanyak 29 orang.

Dari data ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat Desa Girimulyo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunungkidul bekerja di sektor pertanian, peternakan, dan perikanan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian tentu saja bergantung pada kondisi dan situasi desa yang menjadi lokasi kegiatan ini, sehingga membutuhkan analisis dan observasi untuk menyesuaikan dengan kondisi desa terkini dalam penyusunan rencana KKN. Dalam proses perencanaan ini survei tidak dilakukan secara terjun langsung ke Desa Girimulyo, melainkan dengan cara analisis melalui berbagai sumber dan referensi yang kami peroleh dari internet. Proses analisis yang tidak bisa dilakukan langsung di Desa Girimulyo ini disebabkan karena adanya Covid-19 yang masih melanda sehingga tidak dianjurkan untuk melakukan interaksi langsung terhadap masyarakat di Desa Girimulyo[1].

1. Singkong dan Peningkatan Sektor Perekonomian di Desa Girimulyo, Gunungkidul

Pada program kerja ini, kelompok berfokus pada potensi Desa Girimulyo di bidang potensi pertaniannya yang dapat diolah sebagai potensi kewirausahaan, yakni dengan usaha brownies singkong. Singkong atau yang dikenal juga dengan ubi kayu merupakan salah satu golongan jenis umbi-umbian. Pada umumnya, singkong dibuat sebagai bahan utama dari pembuatan kue tradisional pada umumnya. Namun, pada resep kali ini, singkong dapat diubah menjadi makanan kekinian yang pasti disukai banyak orang, yaitu brownies singkong. Resep ini akan membuat brownies singkong menjadi lebih padat[8]. Singkong merupakan bagian dari famili *Euphorbiaceae* atau golongan suku jarak-jarak. Di Indonesia tumbuhan singkong ini sudah tersebar luas dan tentunya sangat mudah untuk diperoleh. Berikut beberapa faktor yang berpengaruh bagi kehidupan tanaman singkong, yaitu: (a) *Iklim*: Indonesia merupakan negara tropis sehingga cocok untuk menanam singkong, tetapi perlu juga diperhatikan bahwa dibutuhkan kawasan yang baik untuk menanam singkong agar mendapat hasil yang lebih baik memiliki curah hujan antara 1.500-2.500 mm/tahun, sehingga singkong dapat menyimpan air di bawah tanah. Selain itu, tumbuhan singkong juga membutuhkan waktu paparan sinar matahari yang cukup, yaitu sekitar 10 jam/hari agar singkong dapat tumbuh subur. (b) *Suhu*: Suhu udara ideal untuk menanam singkong adalah sekitar 10 derajat Celsius. Oleh karena itu, singkong lebih baik ditanam di dataran tinggi karena memiliki suhu yang baik. (c) *Kelembaban udara*: Kelembaban atau konsentrasi uap air di udara yang baik untuk menanam singkong dibutuhkan sekitar 60%-65% karena tingkat kelembaban ini akan membuat singkong tumbuh dengan sempurna dan tidak mudah terserang bakteri yang menyebabkan penyakit terhadap singkong. (d) *Media tanam*: Untuk mendapatkan hasil panen yang maksimal, tanah yang akan digunakan untuk menanam singkong harus gembur, tidak terlalu keras, berpori dan kaya akan bahan organik. Contoh jenis tanah yang baik seperti latasol, alluvial, podzolic, gromosol dan andosol. Tingkat keasaman tanah sekitar 4,5-80 dan memiliki ph 5,8. (e) *Ketinggian lokasi*: tanaman singkong akan tumbuh dengan baik jika ditanam di ketinggian sekitar 10-700 mdpl dengan toleransi 10-1.500 mdpl.

Selama ini singkong merupakan pangan yang termasuk dalam golongan yang bermutu rendah, namun memiliki

kandungan karbohidrat yang tinggi. Padahal, jika melihat potensi singkong sebagai sumber karbohidrat pengganti nasi, peluang singkong sangatlah besar dan memungkinkan. Bukan hanya dari jumlahnya yang sangat melimpah di tanah air Indonesia ini, tetapi juga kaya dengan kandungan gizi.

Singkong merupakan salah satu golongan jenis umbi-umbian. Dalam bahasa Latin disebut *Manihot esculenta* yang artinya ketela pohon atau singkong[9]. Singkong dapat diolah menjadi berbagai olahan yang memiliki rasa yang khas, gurih, dan lembut. Selain itu, singkong juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan apabila dikonsumsi.

Manfaat mengonsumsi singkong, sebagai berikut :
(a) *Meningkatkan imunitas tubuh*: kandungan vitamin C dan beta karoten bisa menjadi salah satu antioksidan untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh manusia. (b) *Menurunkan tekanan darah*: untuk seseorang yang memiliki tekanan darah tinggi, ubi kayu bisa sebagai salah satu yang bisa dikonsumsi karena didalamnya terdapat kandungan kalium yang memiliki peran penting untuk menurunkan tekanan darah. (c) *Mencegah kanker*: melalui laman *Health Benefit* salah satu upaya pencegahan kanker adalah dengan mengonsumsi ubi kayu, karena ubi kayu memiliki kandungan beta karoten yang efektif dalam mencegah resiko penyakit kanker. (d) *Menjaga fungsi otak*: kandungan dalam ubi kayu juga terdapat potensi yang bisa menjaga kinerja otak, karena memiliki kandungan zat kolin yang berfungsi secara efektif untuk membantu proses kimiawi dalam sel saraf. (e) *Mencegah penuaan dini*: *Medical News Today* mengatakan bahwa rutin mengonsumsi ubi kayu berfungsi secara efektif untuk mencegah penuaan dini karena ubi kayu mengandung beta karoten yang bisa diubah menjadi vitamin A yang dapat mempercepat proses dari pembentukan sel kulit baru.

Selain dari ragam manfaat yang bisa diberikan oleh singkong, hal yang paling penting yang menjadi perhatian kelompok adalah nilai ekonomis yang bisa diberikan oleh singkong sebagai potensi desa terbesar di Girimulyo. Singkong bisa diolah secara optimal menjadi brownies yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Pengelolaan singkong secara optimal bisa menjadi pendukung pokok peningkatan perekonomian di Desa Girimulyo. Berikut ini adalah bentuk optimalisasi pengelolaan singkong mulai dari awal pembuatan hingga pemasaran:

a) Pengelolaan Brownies Singkong

Pada umumnya, singkong dibuat sebagai bahan utama dari pembuatan kue tradisional pada umumnya. Namun, pada resep kali ini singkong dapat diubah menjadi makanan kekinian yang pasti disukai banyak orang, yaitu brownies singkong.

Alat yang diperlukan untuk pembuatan brownies singkong yakni 500 gram singkong parut, dua butir telur, 200 gram gula pasir, 200 gram tepung singkong, satu sendok *the baking powder*, 200 gram margarin, 50 gram sukade untuk hiasan, dan satu sendok the esens vanili. Ada pun langkah-langkah pembuatannya adalah sebagai berikut:

- i. Campurkan bahan singkong parut dan esens vanili setelah itu sisihkan.

- ii. Lalu, kocok margarin dengan gula pasir sampai berubah warna menjadi putih.
- iii. Setelah itu masukkan semua bahan, kecuali sukade dan aduk hingga merata.
- iv. Siapkan loyang dengan ukuran yang dibutuhkan dan diolesi dengan margarin.
- v. Tuangkan ke dalam loyang yang sudah disiapkan
- vi. Taburkan sukade di atas adonan sebagai hiasan, taburkan secukupnya.
- vii. Panggang adonan selama 60 menit hingga matang dan brownies singkong sudah siap untuk disajikan.

b) Pengemasan Brownies Singkong

Pengemasan produk *brownies* singkong ini juga membutuhkan kecermatan karena luaran produk menjadi hal yang penting untuk menjaga kualitas dan estetika produk. Dalam memproduksi sebuah makanan, kemasan menjadi hal utama yang harus diperhatikan pelaku usaha secara matang. Melalui kemasan, pelanggan akan lebih tertarik untuk membeli [10], [11]. Kemasan yang unik dan berbeda menjadi salah satu daya tarik yang persuasif. Beberapa kemasan yang dapat digunakan untuk brownies singkong yakni pertama menggunakan anyaman besek yang dapat terlihat sederhana, rapi, dan cocok jika dibawa untuk perjalanan jauh tanpa merusak brownies di dalamnya. Kedua, kemasan yang menyerupai *hampers*, di mana kemasan seperti ini dapat digunakan untuk acara-acara tertentu. Ketiga, modern yang cocok ditujukan kepada konsumen segmen anak muda hingga anak kecil. Desain modern menjadi jenis kemasan yang *simple* tetapi tetap memberikan aksesoris yang mewah pada brownies singkong.

c) Pemasaran Brownies Singkong

Pemasaran *brownies* singkong terdiri dari tiga hal, yakni menentukan harga jual, harga promosi, dan distribusi [12]. Dalam menentukan perhitungan harga jual brownies singkong, digunakan rumus :

Harga Jual = Harga Modal + Persentase Laba

- 500 gram singkong parut Rp 7.000
- 200 gram tepung singkong Rp 8.000
- 500 gram gula pasir Rp 7.250
- 200 gram margarin Rp 6.500
- 45 gram *baking powder* Rp 4.600
- Dua butir telur Rp 4.400
- 50 gram sukade Rp 3.000
- *Esens vanilla* Rp 7.100
- *Packing* besek (18x18x8 cm) Rp 1.600
- *Packing* mika (8x8x4cm) Rp 2.000
- Brosur lipat ukuran A4 Rp 2.500

Sehingga, total harga perolehannya yakni Rp 53.950

Harga Perolehan = Modal Produksi

Bentuk promosi yang disarankan oleh penulis atau kelompok yakni promosi digital. Promosi digital merupakan promosi yang dilakukan menggunakan media sosial, salah satunya adalah *instagram Ads* [13]. Dalam menggunakan metode media promosi yang bersifat digital, hal ini dapat lebih memperluas kembali jangkauan target pasar yang akan

diraih [14], [15]. Pemasaran atau promosi secara digital juga mampu menjangkau hingga ke luar Kota Yogyakarta dan seluruh Indonesia. Media digital yang dapat digunakan dengan efektif adalah platform *Instagram* [16]. Di dalam *Instagram*, kita dapat menggunakan *Instagram Ads* sebagai alternatif untuk mempromosikan produk jualan di *Instagram*. Dengan menggunakan *Instagram Ads*, postingan terkait digital poster promosi brownies singkong dapat berpotensi menjangkau masyarakat lebih cepat dan mudah. *Instagram Ads* merupakan salah satu fitur yang disediakan di *Instagram* sebagai sarana membuat iklan di *Instagram Feed* dan *Instagram Story* [17].

Berikut merupakan bentuk poster sebagai media promosi dari produk *brownies* hasil olahan singkong ini:



Gambar 2. Poster dari Brownies Singkong Karya Kelompok

Langkah-langkah untuk memulai *Instagram Ads* sesuai dengan karakter bisnis, sebagai berikut :

- i. Pastikan sudah memiliki akun Facebook, kemudian masuk ke laman Facebook Ads Manager.
- ii. Membuat iklan terpadu.
- iii. Menentukan tujuan iklan.
- iv. Memilih tujuan dari iklan dalam pertimbangan iklan yang cocok dengan produk.
- v. Menuliskan nama iklan dan memilih tujuan trafik yang diinginkan.
- vi. Menampilkan promo yang ada.
- vii. Menentukan *target audience* atau target pasar.
- viii. Menentukan penempatan yang sesuai dengan produk yang ingin diiklankan.
- ix. Memilih jadwal dan durasi iklan yang akan ditampilkan.
- x. Menghubungkan dengan akun Instagram yang telah dimiliki.
- xi. Memilih format iklan yang diinginkan.
- xii. Membuat teks pada iklan.
- xiii. Memilih gambar, judul, dan tautan sebagai pelengkap.
- xiv. Terakhir, melakukan pembayaran dengan hati-hati.

Setelah memasang *Ads* dengan produk yang ingin dipublikasikan, maka dapat dilakukan praktik analisis setiap *Ads* dengan evaluasi, sebagai berikut :

- i. Apakah iklan berhasil mencapai tujuan pada *brand awareness*?
- ii. Apakah anggaran biaya iklan mampu untuk menghasilkan konversi lebih besar dari biaya yang sudah dikeluarkan?
- iii. Apakah target market berhasil dijangkau?
- iv. Adakah interaksi pada *Ads* tersebut? Bagaimana tanggapan audiensinya?

d) “Branding” Produk

Branding berasal dari kata “brand” yang dalam Bahasa Indonesia berarti “merek”. *Branding* merupakan sebuah proses memberikan label produk terhadap suatu organisasi yang dapat memberikan ciri tersendiri dari keluaran organisasi itu sendiri, baik dalam bentuk barang atau jasa [12], [18], [19]. *Branding* umumnya dilakukan oleh organisasi non profit serta individu juga melakukan branding untuk memberikan kesan di tengah masyarakat yang dapat berdampak pada pembentukan komunitas masyarakat berdasarkan nilai-nilai yang dapat berdampak pada pembentukan komunitas masyarakat berdasarkan nilai-nilai yang dapat dipegang oleh organisasi dan individu. Dengan kata lain *branding* juga dapat diartikan sebagai proses membangun identitas merek suatu organisasi, individu, produk, dan/atau jasa di tengah masyarakat.

Tahap *branding* dilakukan melalui proses yang panjang, mulai dari tahap perencanaan dan riset, penyusunan strategi pemasaran, membangun koneksi dengan konsumen, sampai dengan evaluasi dan umpan balik. Tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan riset secara menyeluruh tentang produk dan/atau jasa yang akan diproduksi yang dapat menjadi dasar kuat dan menjadi pegangan saat masuk ke tahap berikutnya. Riset dan perencanaan yang dilakukan adalah tentang keunggulan, kelemahan, penampilan/bentuk, fungsi/manfaat, tujuan, dan nilai serta pengalaman yang ingin diberikan dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Selanjutnya pada tahap kedua dapat dilakukan penyusunan strategi pemasaran. Tahap ini penting untuk dilakukan karena nantinya dapat berdampak pada bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mencapai target konsumen yang diinginkan. Pada tahap ini, kita dapat menentukan target pasar yang diinginkan, mulai dari gender, umur, wilayah tempat tinggal, minat, pekerjaan, hingga pendapatan dari target konsumen. Setelah menentukan target pasar, selanjutnya memilih media, pendekatan, serta *marketplace* apa yang akan digunakan untuk keperluan pemasaran.

Pada tahap ketiga ini kita perlu mulai membangun koneksi dengan konsumen. Tahap dapat dilakukan mulai dari sebelum peluncuran perdana produk atau jasa atau setelah mendapatkan beberapa konsumen. Pada tahap ini, organisasi dapat mengomunikasikan tujuan dan nilai yang diberikan organisasi, setelah itu organisasi dapat berkomunikasi dengan konsumen dan calon konsumen mengenai pengenalan nilai organisasi yang lebih dari sekedar menjual dan menawarkan

produk atau jasa. Proses komunikasi ini dapat dilakukan melalui berbagai media. Selain mengomunikasikan nilai produk, organisasi juga dapat mengomunikasikan tentang *update* tertentu, serta umpan balik dari konsumen. Hal yang diperhatikan dalam tahap ini adalah gaya bahasa dan sikap saat berkomunikasi, pengalaman yang dialami konsumen, serta tanggapan dan/atau solusi yang diberikan. Selanjutnya pada tahap keempat yakni mengevaluasi dan memberikan umpan balik terhadap produk, setelah melaksanakan berbagai strategi dan proses *branding*, perlu dilakukan evaluasi dari hasil proses tersebut. Hasil evaluasi ini nantinya akan menjadi umpan balik dan dapat digunakan untuk peningkatan dan perbaikan dalam strategi dan cara dalam proses *branding*.

IV. KESIMPULAN

Desa Girimulyo memiliki salah satu potensi unggulan yang perlu untuk dikelola dengan baik yakni singkong. Kelompok memberikan langkah-langkah untuk memanfaatkan dan mengelola produk pertanian singkong ini dengan optimal melalui pengolahan singkong menjadi brownies sebagai produk olahan dari hasil pertanian lokal yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian warga di Desa Girimulyo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunungkidul. Dalam pembahasan dari pengolahan singkong menjadi brownies, kelompok juga menguraikan detail cara pengolahan, teknik pengemasan, hingga bagaimana proses mempromosikan produk tersebut dengan memakai *platform* media digital, sehingga menjadi pelengkap dalam kegiatan program kerja kewirausahaan untuk masyarakat Desa Girimulyo. Hasil pengabdian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru, terutama masyarakat yang masih belum mengenal sistem pemasaran digital melalui internet dan tindakan alternatif lainnya dalam melakukan pemanfaatan potensi desa Girimulyo khususnya di bidang perkebunan yang sangat berlimpah, sehingga dapat dimanfaatkan dengan optimal pada saat panen.

Pemanfaatan olahan singkong untuk meningkatkan nilai ekonomi masyarakat Desa Girimulyo, Kabupaten Gunungkidul adalah sebuah gagasan yang terdiri dari satu rangkaian kait-mengait satu dengan yang lain yakni mulai dari proses pembuatan – teknik pengemasan – tips pemasaran – hingga upaya “branding”. Keempat elemen kecil ini perlu untuk berjalan bersama secara berurutan demi optimalisasi peningkatan nilai ekonomi. Selain itu, dibutuhkan juga evaluasi setelah semua proses ini berjalan untuk melihat celah kekurangan untuk perbaikan di kemudian hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena berkat dan kasih-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan jurnal pengabdian dalam kegiatan KKN periode 81 yang diselenggarakan oleh LPPM Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. M. Drs. H. Jabrohim, M. T. Ir. Moehamad Aman, and M. Hum. P. Dr. Rina Ratih Sri Sudaryani, "Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah Untuk Negeri," pp. 4-4, 2015.
- [2] E. N. Pulungan, "Uji Daya Terima dan Nilai Gizi Brownies Singkong," *Medan*, vol. 1, pp. 1-94, 2013.
- [3] U. Warmadewa and A. S. Kkn, "Materi pembekalan kkn unwar 2019 1," pp. 1-13, 2019.
- [4] A. Budisusila *et al.*, "Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Sidoluhur untuk Inisiasi Budidaya Anggur Substitusi Impor (ASI)," *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, vol. 4, no. 6, 2024.
- [5] A. Giri Anjassari *et al.*, "Pengembangan Potensi Desa Giriwungu, Kapanewon Panggang dalam angka, "Kecamatan Panggang Dalam Angka 2021," pp. 1-6, 2021.
- [6] M. R. Pabubung *et al.*, "Pengembangan Desa Girikarto sebagai Desa Wisata di Kabupaten Gunungkidul, DIY," 2024.
- [7] Kecamatan Panggang dalam angka, "Kecamatan Panggang Dalam Angka 2021," pp. 1-6, 2021.
- [8] "Praktek pengolahan brownies singkong panggang," p. 1.
- [9] "KAJIAN MUTU BROWNIES DENGAN PENAMBAHAN SINGKONG (Manihot utilissima) SKRIPSI Oleh : RIKA RAHMAYANI," 2018.
- [10] O. Strategi Pemasaran Gula Jawa di UMKM Gula Merah Leugit Padukuhan Kabrokan Kulon *et al.*, "Optimalisasi Strategi Pemasaran Gula Jawa di UMKM Gula Merah Leugit Padukuhan Kabrokan Kulon," *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, vol. 4, no. 1, 2024.
- [11] L. Hartajanie, D. Wulandari, and E. Lucky Maretha Sitinjak, "Packaging Design dan Manajemen Kas Akselerasi Penetrasi Pasar dan Penjualan Klaster Pangan UMKM Srandol Kota Semarang," 2024.
- [12] N. Rina and R. W. Yuriadi, "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Brand Image Brownies Amanda sebagai Kue Oleh-oleh Bandung," *Jurnal Lingkar Studi Komunikasi*, vol. 5, no. 1, pp. 66-73, 2019.
- [13] Z. Abidin Achmad, T. Zendo Azhari, W. Naufal Esfandiar, N. Nuryaningrum, A. Farah Dhillah Syifana, and I. Cahyaningrum, "Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 10, no. 1, pp. 17-31, 2020, doi: 10.15642/jik.2020.10.1.17-31.
- [14] K. Silaen, L. E. Bachtiar, M. Silaen, A. Parhusip, I. Bisnis Dan Komputer Indonesia, and K. L. Com, "STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL DI ERA ONLINE." 2018.
- [15] D. Jayanti Mandasari, J. Widodo, and S. Djaja, "STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BATIK MAGENDA TAMANAN KABUPATEN BONDOWOSO," *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, vol. 13, no. 1, p. 123, Apr. 2019, doi: 10.19184/jpe.v13i1.10432.
- [16] Z. Fikri, "Strategi Promosi Di Era Digital Untuk," *Skripsi*, 2018.
- [17] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia," *In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV*, no. April 2015, pp. 327-337, 2015.
- [18] S. Shabina *et al.*, "CENDIKIA PENDIDIKAN REVITALISASI CITRA DAN BRANDING UMKM: UPAYA MENGEMBALIKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK LOKAL MELALUI PENAMAAN MERK BERBAHASA INDONESIA," vol. 4, no. 11, pp. 91-100, 2024, doi: 10.9644/sindoro.v4i5.3317.
- [19] S. Bambang Riono, D. Harini, A. Sholeha, and P. Studi Manajemen, "Sosialisasi Pemberdayaan Masyarakat Mengenai Strategi Branding untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Produk Lokal di Desa Kaliwlingi Community Empowerment Socialization Regarding Branding Strategy to Increase MSME Marketing of Local Products in Kaliwlingi Village," 2023.

PENULIS



Michael Reskiantio Pabubung, S.S., M.Fil., Dosen Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Elia Sepen Daridu, prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Lidya Putri Keren Hapukh, prodi Biologi, Fakultas Teknobiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Lolita Chandra Budikusuma, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Albertus Anggito Pramudito, prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Sherina Lourencia Putri, prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Salsabila, prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Kristiyadi Retra Dinata, prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Devina Karsten Setiadi, prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Verena Septiriani, prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Richardus Alga Admaja, prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.