



Pemanfaatan Buah Pepaya Menjadi Keripik Dan Digitalisasi Marketing

Di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat NTB

Hj. Erviva Fariantin¹, Rusdi², Syaiful Amri³, Indah Ariffianti⁴, Elvina Setiawati⁵, Sopian Saori⁶, Dedy Febry Rachman⁷

¹²³⁴⁵⁶Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM, ⁷Universitas Bumigora Mataram

Email: erviva65@gmail.com

Abstract

The aim of this service is to utilize papaya fruit to make papaya chips and digitize marketing in Lelede Village, Kediri District, West Lombok Regency, NTB. We know that papaya can not only be consumed directly but can also be processed into various foods, one of which is "Papaya Chips" or "Papaya Chips". The presence of papaya chips has become a food choice that can be consumed by all groups, from children, teenagers to adults. This papaya chips product or "Papaya Chip" is considered very appropriate to meet the need for healthy snacks, because consumers are now increasingly smart and aware of health, and are willing to spend time paying attention to types of natural products, so that business opportunities are expected. This can be utilized by people who already have a business or who are about to set up a business to increase income to survive which is increasingly difficult. The method of implementing this service is carried out in three stages, namely the planning stage, implementation stage and evaluation stage. The results of the service are the activity of making papaya chips which includes the acquisition of raw materials, goods in process and finished goods with simple quality control. The production process can also be carried out in everyday life because the ingredients are easy to obtain, by using papaya fruit that is around us we can produce papaya chips and these chips can be marketed so that they can help the family's economic income.

Keywords: *Papaya Chips and Marketing Digitalization*

Abstrak

Tujuan dari pengabdian ini untuk pemanfaatan buah pepaya menjadi keripik papaya dan digitalisasi marketing di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat NTB. Kita ketahui bahwa pepaya tidak hanya dapat dikonsumsi secara langsung namun dapat juga diolah menjadi makanan yang beraneka ragam, salah satunya adalah menjadi "Keripik Papaya" atau "Papaya Chip". Kehadiran kripik papaya menjadi pilihan makanan yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan baik dari anak-anak, para remaja sampai orang dewasa. Produk keripik pepaya atau "Papaya Chip" ini dianggap sangat tepat untuk memenuhi kebutuhan akan makanan ringan yang sehat, karena konsumen sekarang sudah semakin cerdas dan sadar akan kesehatan, serta mau meluangkan waktu dalam memperhatikan tentang jenis- jenis produk yang alami, sehingga diharapkan peluang usaha ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik yang sudah memiliki usaha atau yang akan mendirikan usaha untuk menambah pendapatan untuk kelangsungan hidup yang semakin sulit. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan tiga tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Adapun hasil pengabdian adalah Kegiatan pembuatan keripik pepaya yang meliputi perolehan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi memiliki pengendalian kualitas yang masih sederhana. Proses produksi juga bisa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari karena bahannya mudah didapatkan, dengan memanfaatkan buah pepaya yang ada disekitar kita bisa menghasilkan keripik pepaya dan keripik tersebut bisa dipasarkan sehingga bisa membantu pendapatan ekonomi keluarga.

Kata Kunci: Keripik Papaya dan Digitalisasi Marketing

A. PENDAHULUAN

Buah Pepaya (*Carica Papaya*) berasal dari negara Meksiko bagian selatan dan bagian utara dari negara Amerika Selatan telah menyebar luas dan ditanam didaerah tropis, merupakan salah satu jenis buah yang sudah dikenal masyarakat secara umum dan menyehatkan. Pepaya mempunyai banyak manfaat antara lain sebagai detoksifikasi didalam tubuh karena dengan mengkonsumsi buah pepaya dalam jumlah yang cukup ternyata dapat membersihkan racun-racun yang ada dalam tubuh. Selain itu pepaya mengandung vitamin A, vitamin C, vitamin E dan Betakaroten karena buah pepaya dapat digunakan sebagai anti peradangan, memperkuat sistem kekebalan tubuh, mencegah pembekuan darah, menyehatkan tulang, dan sebagai cadangan energi.

Pepaya tidak hanya dapat dikonsumsi secara langsung namun dapat juga diolah menjadi makanan yang beraneka ragam, salah satunya adalah menjadi “Keripik Papaya” atau “*Papaya Chip*”. Kehadiran kripik papaya menjadi pilihan makanan yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan baik dari anak-anak, para remaja sampai orang dewasa. Meskipun kripik papaya telah lama dikenal sebagai makanan ringan atau cemilan, juga sebagai makanan yang sehat karena tidak menggunakan bahan pengawet, tetapi pendistribusian pemasarannya masih berskala lokal akibatnya para penikmat hanya sebatas dikalangan lokal saja sehingga perlu juga adanya pemasaran yang dilakukan secara *online* agar yang menikmati juga dalam jangkauan yang luas.

Produk kripik pepaya atau “*Papaya Chip*” ini dianggap sangat tepat untuk memenuhi kebutuhan akan makanan ringan yang sehat, karena konsumen sekarang sudah semakin cerdas dan sadar akan kesehatan, serta mau meluangkan waktu dalam memperhatikan tentang jenis- jenis produk yang alami, sehingga diharapkan peluang usaha ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik yang sudah memiliki usaha atau yang akan mendirikan usaha untuk menambah pendapatan untuk kelangsungan hidup yang semakin sulit.

Selain itu kegiatan ini juga dapat melatih masyarakat dalam berwirausaha bagi masyarakat pemula. Menurut (Aprillina, 2022.) dan (Huda dkk., 2016.) hasil penelitian menggambarkan bahwa peluang usaha kripik papaya sangat layak untuk dilakukan

terbukti dengan menggunakan analisis SWOT dan metode kelayakan, estimasi pendapatan dan titik impas, maka usaha tersebut mendapatkan SPIRIT (Sertifikat Produksi Industri Rumah Tangga) dan pemasaran produk keripik papaya dapat dilakukan secara luas.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat bersama tim dengan judul “Pemanfaatan buah pepaya menjadi keripik papaya dan digitalisasi marketing di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat NTB”.

B. METODE

Adapun metode pelaksanaan pengabdian pada masyarakat, dibagi dalam 3 (tiga) tahap yaitu:

Tahap 1 Perencanaan.

Pada tahap perencanaan ini, merupakan tahapan persiapan sebelum program pengabdian masyarakat dilaksanakan, yaitu :

1. Persiapan kegiatan berupa survey dan kunjungan pendahuluan ke masyarakat baik yang sudah memiliki usaha atau yang belum memiliki usaha di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.
2. Menyiapkan materi sosialisasi tentang manfaat papaya dan proses pengolahannya menjadi keripik papaya.
3. Menyiapkan materi sosialisasi tentang digitalisasi marketing agar jangkauan pemasarannya lebih luas dan beragam konsumen yang menikmati.
4. Mempersiapkan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk menjadi keripik papaya.

Tahap 2 Pelaksanaan.

Pada tahap pelaksanaan, merupakan tahap pelaksanaan program pengabdian masyarakat setelah dilakukan persiapan yaitu :

1. Pelaksanaan sosialisasi manfaat papaya dan prosesnya menjadi keripik papaya atau *Papaya Chip*.

2. Pelaksanaan sosialisasi *digitalisasi marketing* atau melakukan penjualan secara online melalui petunjuk lokasi usaha di *Google Maps*.

Tahap 3 Evaluasi

Pada tahap evaluasi, merupakan tahap evaluasi atas pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan

1. Evaluasi terhadap pelaksanaan proses pembuatan keripik papaya yang dilakukan oleh Tim pelaksana PKM kepada masyarakat di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dengan kriteria dan indikator pencapaian tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menjustifikasi tingkat keberhasilan kegiatan ini adalah:
 - a. Apakah masyarakat di desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dapat memahami materi dengan jelas yang diberikan oleh tim PKM?
 - b. Apakah masyarakat di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat telah mampu membuat keripik papaya dengan benar?
2. Evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan pemasaran yang telah dilakukan oleh Tim pelaksana PKM kepada masyarakat di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dengan kriteria dan indikator pencapaian tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menjustifikasi tingkat keberhasilan kegiatan ini adalah:
 - a. Apakah masyarakat di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dapat memahami dengan jelas materi tentang pemasaran yang diberikan oleh tim?
 - b. Apakah masyarakat di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dapat menggunakan situs-situs untuk penjualan secara online?

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi Tentang Pembuatan Keripik Pepaya Bahan-bahan :

Bahan 1 buah papaya muda.

Bumbu halus : 3 siung bawang putih, 1 sdm ketumbar, 5 biji kemiri.

Bahan adonan : 100 gram tepung tapioca, 2 sdm tepung beras, 1 butir telur ayam, 1 sdm santan kara, 1 sdm garam, 1 sdm kaldu bubuk, air secukupnya.

Cara Membuat :

Langkah 1 :

Kupas papaya muda serut tipis-tipis uleni dengan garam biar getahnya hilang, selanjutnya cuci dan tiriskan, seperti gambar dibawah ini :



Langkah 2 :

Haluskan bumbu halus, selanjutnya campur ke bahan adonan dan berikan air tapi jangan terlalu encer, seperti gambar dibawah ini :



Langkah 3 :

Panaskan minyak dan masukkan ragangan papaya ke adonan sedikit-sedikit , seperti gambar dibawah ini :



Langkah 4 :

Goreng hingga minyak menjadi tenang, itu tandanya kandungan air dipepaya sudah

berkurang dan itu yang membuat keripik menjadi renyah dan tahan lama, seperti gambar dibawah ini :



Langkah 5 :

Siap dihidangkan, seperti gambar dibawah ini :



2. Sosialisasi Tentang *Digital Marketing*

Pengetian *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan, strategi pemasaran digital yaitu kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa yang menggunakan media atau teknologi berbasis digital. Penggunaan media digital diharapkan mampu menjangkau target pasar yang lebih luas.

Dan secara isi atau konten, pemasaran digital tidak berbeda dengan *marketing konvensional*. Bedanya adalah pada kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen, ketika sedang memasarkan produk melalui internet. Jadi selain meningkatkan angka penjualan, produk beserta keunggulannya bisa lebih dikenal.

Keunggulan *Digital Marketing*

Keunggulan dari *digital marketing* adalah:

1. Menjangkau target pasar yang lebih luas
2. Mendongkrak angka penjualan
3. Lebih hemat

Jenis-Jenis *Digital Marketing*

Jenis-jenis *digital marketing* adalah :

1. Berdasarkan Strategi

Dilihat dari strategi, pemasaran digital dibagi menjadi dua, yaitu:

a. *Push Digital Marketing*

Push digital marketing adalah salah satu jenis yang metodenya menawarkan langsung produk ke pelanggan untuk mendapat hasil penjualan secara cepat. Biasanya strategi ini dilakukan pada produk baru yang belum terlalu dikenal, dan tujuan utamanya adalah untuk *exposure*.

Beberapa contoh *push digital marketing* adalah *endorsement* produk dari pemilik usaha ke para *influencer* atau selebriti, email promosi dari sebuah produk kepada para pelanggan yang telah berlangganan *newsletter* di sebuah situs, atau *broadcast* WA untuk semua kontak yang pernah membeli suatu produk.

b. *Pull Digital Marketing*

Berbanding terbalik dengan strategi sebelumnya, pada *pull digital marketing* promosi yang dilakukan tidak terlalu frontal. Iklan jenis ini biasanya dibuat sedemikian rupa sehingga pelanggan tertarik dan bergerak untuk mencari tahu lebih banyak informasi tentang produk yang dijual.

Tujuan utama *pull digital marketing* adalah meningkatkan awareness serta loyalitas pelanggan. Contoh jenis pemasaran digital ini adalah konten SEO di sebuah situs, iklan *pay per click*, pemasaran di media sosial, liputan media,

giveaway, atau promosi potongan harga di *marketplace*.

2. Berdasarkan Media Pemasaran

Sedangkan berdasarkan media yang digunakan, *digital marketing* dibagi menjadi 5, yaitu:

a. Website

Memiliki *website* resmi seperti sudah menjadi kewajiban bagi para pemilik usaha yang memutuskan untuk beroperasi secara *online*. Selain menjadi “kantor atau toko” digital, *website* juga memiliki fungsi lain yang tidak kalah penting yaitu sebagai media promosi. Tidak hanya lebih murah, promosi melalui *website* juga akan membuat pelanggan bisa lebih mengenal produk yang dijual.

b. Pay Per Click

Salah satu jenis *digital marketing* ini juga memanfaatkan *website* untuk media promosi. Bedanya, promosi dilakukan di *website* lain dengan jumlah pengunjung besar dan populer. Bentuk iklan untuk promosi jenis ini biasanya berupa *banner* yang ketika diklik, pengunjung akan diarahkan pada *website* resmi atau *marketplace* tempat produk dijual.

Ini lah mengapa strateginya disebut *pay per click* (PPC). Pemilik iklan akan membayar biaya promosi sesuai jumlah klik yang dilakukan pengunjung. Iklan jenis ini juga bisa dijadikan indikator apakah konten yang kita buat cukup efektif sehingga pengunjung tertarik untuk mengklik.

c. Search Engine Marketing (SEM)

Hampir mirip dengan strategi search engine optimization (SEO), search engine marketing atau SEM memanfaatkan mesin pencari untuk fokus pada iklan langsung di mesin pencarian. Untuk bisa membuat iklan digital semacam ini, kita membutuhkan produk seperti Google Ads. Seperti PPC, konten promosi untuk SEM sudah seharusnya dibuat semenarik mungkin. Karena jika tidak, biaya yang dikeluarkan tentu akan sia-sia.

d. *Social Media Marketing (SMM)*

Apabila SEM memanfaatkan mesin pencari, SMM memanfaatkan media sosial. Untuk iklan semacam ini, kamu membutuhkan alat seperti Facebook atau Instagram Ads. Dibanding SEM, peluang produk untuk dikenal lebih besar sebab saat ini hampir semua orang memiliki media sosial.

e. *Email Marketing*

Promosi ini berupa pesan dalam bentuk gambar atau tulisan dan dikirimkan kepada semua pelanggan yang telah men-*subscribe newsletter* di *website* atau platform milik pemilik usaha lainnya. Berbeda dengan jenis promosi lainnya, tidak semua orang bisa melihat iklan yang kita bagikan. Strategi ini biasanya dilakukan untuk memicu pembelian kembali dan meningkatkan loyalitas konsumen.

D. KESIMPULAN

Kegiatan pembuatan keripik pepaya yang meliputi perolehan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi memiliki pengendalian kualitas yang masih sederhana. Proses produksi juga bisa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari karena bahannya mudah didapatkan, dengan memanfaatkan buah pepaya yang ada disekitar kita bisa menghasilkan keripik pepaya dan keripik tersebut bisa dipasarkan sehingga bisa membantu pendapatan ekonomi keluarga. Akan tetapi dengan modal yang kurang memadai sehingga proses produksi masih terbatas dan alat- alat dengan seadanya.

Keripik pepaya merupakan makanan ringan yang belum banyak di kenal oleh masyarakat sekitar, akan tetapi kami mencoba berinovasi dengan olahan buah pepaya yang masih mentah untuk diolah menjadi keripik pepaya dengan varian rasa yang gurih, renyah dan cocok untuk di jadikan cemilan baik dengan keluarga ataupun sahabat. Keripik pepaya memiliki varian rasa yaitu original dan balado, dan tidak perlu di khawatirkan akan kesehatannya.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Lelede tentunya ini tidak lepas dari dukungan lembaga STIE AMM, Kepala Desa Lelede,



Rekan-rekan anggota Tim Pengabdian, mahasiswa KKNT STIE AMM dan Masyarakat serta UMKM di Desa Lelede.

Karena itu tidak ada kata yang lebih pantas kami sampaikan selain ucapan terima kasih atas segala dukungan dan bantuan baik secara material, moril maupun kesempatan waktu yang telah bersedia mengizinkan, meluangkan dan kesempatan untuk menerima kami melakukan pengabdian yaitu penyuluhan dan pendampingan terkait pembuatan papaya chips dan digitalisasi marketing di Desa Lelede Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

DAFTAR PUSTAKA

Eko Hadi Purwanto, 2018, PKM Keripik kripsi dan papaya muda di Desa Kedunglo, Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Febi Yosita Aprillina, 2022, Proses produksi pemanfaatan potensi buah papaya sebagai Upaya peningkatan pendapatan masyarakat Desa Kota Agung Bengkulu Utara (Skripsi)

Kharisma_mak_tinjauan_pemanfaatan_tanaman_pepaya_dalam_kesehatan_2017_sv_.pdf
Malik, Skill Mahasiswa volume 1000 dari skill mahasiswa, Jakarta : Indo skunder, 2020
Yulianto, Dwi Cahyo, Kamus Lengkap (lolos) PKM, Jakarta: Bhuana ilmu populer, 2019

<https://www.halodoc.com/artikel/catat-inilah-12-manfaat-pepaya-bagi-kesehatan-tubuh>

<https://cookpad.com/id/resep/8864682-keripik-pepaya>

<https://greatnusa.com/artikel/digital-marketing-adalah/>