

## Community Empowerment Through Digital Marketing Training on Processed Chili Powder in Jipurapah Village

**Alfina Syntiasari<sup>1</sup>, Cindy Khoirun Nisak<sup>2</sup>, Elsa Auliasandi Ikhsan Putri<sup>3</sup>, Ineztasya Eka Rahmadani<sup>4</sup>, Guntum Budi Prasetyo<sup>5</sup>, Kahan Tony Hendrawan<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> STKIP PGRI Jombang

Email: [alfinasyntia@gmail.com](mailto:alfinasyntia@gmail.com)<sup>1</sup>, [cindynisak@gmail.com](mailto:cindynisak@gmail.com)<sup>2</sup>, [elsatriwijaya29@gmail.com](mailto:elsatriwijaya29@gmail.com)<sup>3</sup>, [tasyaeka123@gmail.com](mailto:tasyaeka123@gmail.com)<sup>4</sup>, [guntum.stkipjb@gmail.com](mailto:guntum.stkipjb@gmail.com)<sup>5</sup>, [kahan.stkipjb@gmail.com](mailto:kahan.stkipjb@gmail.com)<sup>6</sup>

 <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i2.2521>

**Abstract:** *Most of the potential or natural products in Jipurapah village come from rice fields and plantations. Rice fields and plantations in Jipurapah village are mostly planted with rice, tobacco, corn, and cayenne pepper. In Jipurapah village most of the natural products are chilies, but during certain weather, the natural products in the form of chilies sometimes experience a decrease due to Patek pest attacks. Based on this, KKN students took the initiative to conduct training on making chili powder for the local people of Jipurapah village to solve the problem. With chili powder-making skills training, the public can sell it and carry out product marketing in the market place which aims to reach a wider market throughout the region where group 2 Community Service Students at STKIP PGRI Jombang choose the Shopee application. The method used is by holding Digital Marketing socialization and chili powder training in Jipurapah village. The conclusions that can be drawn from this community service activity are as follows, namely, Socialization and training activities for making processed chili powder and marketing it through digital marketing have been successfully carried out and can be quickly adopted by the training participants, in this case, the PKK Jipurapah village.*

**Keyword:** *Natural Potential, Cayenne Pepper, Digital Marketing*

### Pendahuluan

Potensi alam memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Jenis-jenis hasil atau sumber daya alam berdasarkan manfaatnya terdiri dari dua jenis yaitu sumber daya alam hewani dan sumber daya alam hayati. Potensi atau hasil alam di desa Jipurapah sebagian besar berasal dari persawahan dan perkebunan. Lahan persawahan dan perkebunan di desa Jipurapah sebagian besar ditanami dengan tanaman padi, tembakau, jagung, dan cabai rawit. Mata pencaharian masyarakat di desa Jipurapah sebagian besar berprofesi sebagai petani dan sisanya sebagai wiraswasta dan lain sebagainya.

Di desa Jipurapah sebagian besar hasil alamnya adalah cabai, tetapi pada saat cuaca tertentu hasil alam berupa cabai tersebut terkadang mengalami penurunan dikarenakan serangan hama patek. Berdasarkan hal tersebut mahasiswa KKN berinisiatif untuk melakukan pelatihan pembuatan bubuk cabai kepada masyarakat setempat desa Jipurapah guna mengatasi permasalahan apabila hasil cabai mengalami penurunan dan suatu ketika cabai bisa mencapai harga yang sangat mahal, lalu harga akan sangat jatuh tergantung pada cuaca atau hama patek yang tengah menyerang, ketika itu masyarakat desa Jipurapah masih memiliki persediaan cabai kering berupa bubuk cabai. Selain itu, dengan pelatihan keterampilan pembuatan

bubuk cabai, masyarakat bisa menjualnya sebagai bidang kewirausahaan di desa tersebut. Bubuk cabai merupakan produk yang berbentuk bubuk, praktis dalam penyiapan dan memiliki daya simpan lama (Susilawati, 2018). Cabai bubuk merupakan hasil pengolahan cabai segar menjadi bubuk. Dengan adanya cabai bubuk ini menjadi modifikasi dikalangan rumah tangga maupun industri bersamaan dengan meningkatnya kebutuhan bumbu cabai dalam bentuk yang lebih praktis untuk digunakan dan juga cabai bubuk ini mudah untuk dibawa kemana saja. Biasanya, cabai diolah dengan cara direbus ataupun digoreng terlebih dahulu untuk kemudian dijadikan sambal atau dimasukkan kedalam hidangan. Cabe bubuk merupakan modifikasi dari pengolahan sambal yang dilakukan sampai hasil olahan cabai menjadi kering dan praktis digunakan (Widowati, 2021). Inovasi pengolahan bubuk cabai memiliki potensi keuntungan yang cukup besar, sehingga optimisme untuk dapat bersaing secara legal dengan pasar luas cukup tinggi. Kegiatan ini akan membantu masyarakat desa Jipurapah untuk mengatasi permasalahan harga cabai yang fluktuatif dan hasil panen yang melimpah.

Dengan diolahnya cabai menjadi bentuk bubuk, hal ini akan menyelamatkan produk cabai dari kerusakan (Dyah, 2020). Dan dengan melakukan pelatihan pengolahan bubuk cabai bagi masyarakat, nantinya diharapkan akan memiliki nilai ekonomis dari hasil produk bubuk cabai. Selain itu, tanaman cabai juga dapat dimanfaatkan untuk menambah pendapatan ekonomi masyarakat yaitu dapat diolah menjadi bubuk cabai. Mengingat saat ini bubuk cabai masih jarang dijumpai dipasaran. Maka besar kemungkinan dapat menjadi inovasi baru terhadap produk unggulan desa yang kemungkinan sudah ada sebelumnya. Setelah proses pengolahan menjadi bubuk cabai, dilakukan pengemasan serta pembuatan logo produk dan kemasan sebagai upaya peningkatan harga jual. Selanjutnya, produk akan dipasarkan melalui *market place* yang dilakukan secara digital.

Pemasaran produk di *market place* bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan menjangkau pasar yang lebih luas dan menjangkau seluruh kalangan masyarakat di seluruh wilayah yang ada dalam aplikasi *market place* tersebut. Untuk *market place* yang digunakan dalam sosialisasi *digital marketing* di desa Jipurapah ini merupakan aplikasi *Shopee*. Mahasiswa KKN kelompok 2 STKIP PGRI Jombang memilih aplikasi *Shopee* dikarenakan merupakan salah satu aplikasi *market place* yang unggul dibandingkan yang lain dan memiliki pengguna lebih banyak daripada aplikasi *market place* yang lain. Pengolahan cabai ini juga merupakan sebuah terobosan baru sebagai inovasi bagi masyarakat di desa Jipurapah untuk membangun sebuah Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) yang khusus menjual produk bubuk cabai. Mahasiswa KKN kelompok 2 STKIP PGRI Jombang juga membuatkan *online store* dengan nama *umkm jipurapah\_jbg* di *Shopee* yang akan digunakan secara berkelanjutan bagi masyarakat desa Jipurapah dengan memasarkan produk yang mereka miliki.

## Metode

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka solusi yang ditawarkan untuk mendukung realisasi program peningkatan perekonomian masyarakat serta solusi untuk tetap mempertahankan jumlah cabai meskipun mengalami serangan hama adalah dengan cara pembuatan bubuk cabai. Adapun metode yang digunakan adalah metode sosialisasi.

### 1. Waktu dan Tempat

Kegiatan sosialisasi *digital marketing* pada olahan cabai di desa Jipurapah pada tanggal 9 Januari 2023 dilaksanakan di Balai Desa Jipurapah, Kecamatan Plandaan, Kabupaten Jombang.

### 2. Peserta kegiatan

Panitia kegiatan adalah mahasiswa KKN Tematik STKIP PGRI Jombang Kelompok 2 yang berjumlah 20 orang. Sedangkan untuk peserta kegiatan adalah masyarakat desa Jipurapah, ada sekitar 20 orang yang hadir pada kegiatan sosialisasi pelatihan pembuatan bubuk cabai.

### 3. Kegiatan

Kegiatan pada program ini berisi sosialisasi pelatihan pembuatan bubuk cabai yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat serta solusi untuk tetap mempertahankan jumlah cabai meskipun mengalami serangan hama dengan menghasilkan produk dari olahan cabai kemudian dilakukan pengemasan serta sosialisasi *digital marketing* pada olahan cabai dengan tujuan menarik konsumen serta memperluas jangkauan pasar dari segala kalangan masyarakat di berbagai wilayah. Dengan langkah sebagai berikut:

- a. Pertama, mahasiswa KKN STKIP PGRI Jombang melakukan pemetaan terhadap permasalahan yang dialami warga desa Jipurapah yang mayoritas sebagai petani cabai.
- b. Kedua, mahasiswa KKN STKIP PGRI Jombang mendesain logo dan kemasan untuk produk cabai tersebut.
- c. Ketiga, mahasiswa KKN STKIP PGRI Jombang melakukan sosialisasi pelatihan pembuatan bubuk cabai dan produk olahan cabai serta sosialisasi *digital marketing* pada olahan cabai bersama ibu-ibu kader PKK desa Jipurapah.

## Hasil dan Diskusi

Hasil pengabdian menjelaskan tentang dinamika proses pendampingan meliputi: ragam kegiatan yang dilaksanakan, bentuk-bentuk aksi yang bersifat teknis atau aksi program untuk memecahkan masalah komunitas. Sedangkan diskusi hasil pengabdian meliputi diskusi teoritik yang relevan dengan temuan hasil pendampingan. Cabai merupakan salah satu tanaman yang memiliki umur simpan yang cukup rendah. Cabai sebagai komoditas utama di Desa Jipurapah, hanya dijual di tengkulak serta pasar-pasar terdekat. Menurut Saputro & Susanto (2016) Cabai rawit merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomi cukup tinggi. Fluktuasi harga cabai di Indonesia sering mengalami

perubahan. Salah satu pengawetan cabai rawit adalah dengan mengolahnya menjadi bubuk cabai rawit. Produksi cabai yang meningkat terkadang berbenting lurus dengan harga jual cabai yang menurun sehingga berdampak pada cabai yang tidak terjual membusuk mengakibatkan petani mengalami kerugian. Selain permasalahan tersebut, petani cabai juga memiliki kendala berupa hama patek yang menyebabkan panen tidak maksimal berdampak pada petani mengalami kerugian.



**Gambar 1.** Cabai Rawit

Sebagai langkah awal, mahasiswa KKN Tematik kelompok 2 melakukan kegiatan sosialisasi terhadap pengolahan cabai beserta pemasarannya melalui *digital marketing* di aplikasi *marketplace* berupa *Shopee*. Inovasi pengolahan cabai ini juga dapat menjadi terobosan baru untuk masyarakat di desa Jipurapah yang ingin membuat usaha dengan menjual produk cabai yang telah diolah menjadi bubuk cabai, maka dari itu nantinya masyarakat desa Jipurapah dapat mendirikan sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di *online store* yang dapat membantu para warga memasarkannya.



**Gambar 2.** Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing di Desa Jipurapah

Hasil dari pengolahan cabai bubuk ini tidak dapat langsung dipasarkan, tetapi perlu dilakukan pengemasan terlebih dahulu. Maka dari itu, mahasiswa KKN Tematik kelompok 2 desa Jipurapah juga melakukan pengemasan menggunakan botol kecil dengan keamanan yang kuat dan lebih menarik perhatian konsumen.



**Gambar 3.** Bubuk Cabai

Setelah dilakukan pengemasan pada produk bubuk cabai, inovasi yang dilakukan mahasiswa selanjutnya adalah dengan menambahkan logo pada produknya. Banyak orang yang tidak menyadari akan pentingnya logo pada sebuah produk mereka. Padahal, dengan adanya logo pada produk tersebut akan membuat produk terlihat lebih mewah, menarik, dan tentunya memiliki brandnya sendiri sehingga produk tersebut bisa dikenal oleh masyarakat luas. Dikarenakan logo merupakan salah satu media iklan yang sangat ampuh untuk mendukung proses pemasaran sebuah produk.



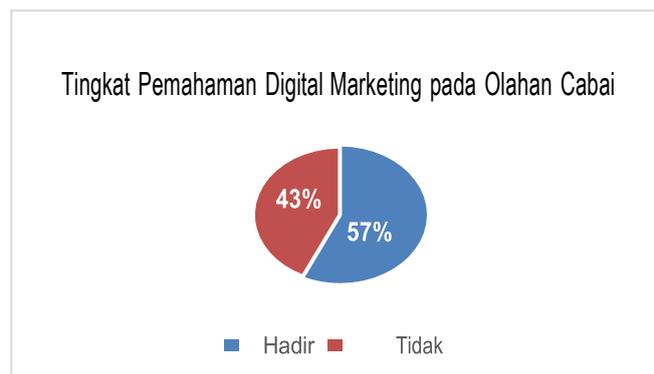
**Gambar 4.** Produk Olahan Bubuk Cabai

Inovasi selanjutnya adalah pemasaran terhadap produk tersebut, biasanya para produsen menjual produknya melalui toko-toko yang ada. Di era digital saat ini, untuk ide pemasaran yang kami terapkan adalah penjualan melalui *market place online* di aplikasi *Shopee*. Kami membuatkan toko *online* di *Shopee* dengan nama umkm *jipurapah\_jbg*. Dengan begitu produk bubuk cabai atau produk lain yang dimiliki oleh masyarakat desa Jipurapah dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas di luar wilayah yang terjaring dengan aplikasi *marketplace* tersebut, dengan begitu peningkatan produk dan ekonomi desa Jipurapah dapat tercapai.



**Gambar 5.** Produk Olahan Cabai di Shopee

Dari kegiatan sosialisasi *digital marketing* pada produk olahan cabai di Desa Jipurapah dapat diketahui bahwa inovasi pengolahan cabai dapat membantu mengatasi masalah yang dihadapi oleh para petani cabai di desa Jipurapah ketika harga anjlok, pengolahan cabai menciptakan sebuah inovasi baru bagi masyarakat desa Jipurapah dalam membangun usaha baru yang menjual produk olahan cabai seperti bubuk cabai serta tahu ranjau, pemberian kemasan dan logo pada produk olahan cabai dapat meningkatkan kualitas produk sehingga membuat harga jual semakin tinggi, pemasaran produk olahan cabai melalui digital marketing pada aplikasi market place shopee dapat menjangkau kalangan masyarakat yang lebih luas serta meningkatkan jumlah permintaan produk. Hasil dari program sosialisasi ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 6.** Grafik Tingkat Pemahaman Digital Marketing pada Olahan Cabai

Dari grafik diatas maka dapat diketahui bahwa tingkat pemahaman dari kegiatan sosialisasi *digital marketing* pada olahan cabai di desa Jipurapah yang dilakukan oleh ibu-ibu kader PKK desa Jipurapah. Antara lain yaitu 57% hadir dan 43% tidak hadir. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa prosentase telah mencapai tingkat keberhasilan.

**Tabel 1.** Pemahaman Masyarakat Desa Jipurapah saat Sosialisasi Digital Marketing pada Olahan Cabai

No	Keterangan	Tingkat pemahaman Masyarakat saat Sosialisasi Digital Marketing pada Olahan Cabai
1	Paham	57%
2	Tidak Paham	43%

Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat diketahui bahwa pemahaman masyarakat mengenai digital marketing khususnya ibu-ibu kader PKK yang ada di desa Jipurapah sudah mencapai 50% dimana sesuai dengan indikator keberhasilan tingkat pemahaman minimal.

## Kesimpulan

Refleksi hasil pendampingan dan rekomendasi.

Kegiatan pengolahan cabai untuk dijadikan sebagai bubuk cabai siap konsumsi di desa Jipurapah dapat menjadi salah satu alternatif sebagai solusi permasalahan bagi para petani desa Jipurapah yang timbul pasca panen jika cabai. Selain, menambah masa guna dari cabai rawit, pengolahan menjadi bubuk cabai siap konsumsi diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil cabai rawit yang dihasilkan oleh masyarakat desa Jipurapah. Petani tidak lagi menghadapi tekanan harus melepas secepat mungkin hasil panennya sehingga harga cabai rawit tidak dibeli dengan harga murah, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan kesejahteraan petani cabai. Selain itu, mahasiswa KKN kelompok 2 membantu pemasaran bubuk cabai tersebut berupa digital marketing melalui aplikasi *Shopee*.

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut: Kegiatan sosialisasi dan pelatihan membuat olahan bubuk cabai serta pemasarannya melalui *digital marketing* telah berhasil dilaksanakan dan dengan cepat dapat diadopsi oleh para peserta pelatihan dalam hal ini adalah ibu-ibu PKK desa Jipurapah. Diharapkan warga desa Jipurapah dapat melanjutkan kegiatan *digital marketing* pada Olahan Bubuk Cabai secara mandiri dan dapat terlaksana secara berkelanjutan serta dengan adanya pelatihan pembuatan bubuk cabai yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat serta solusi untuk tetap mempertahankan jumlah cabai meskipun mengalami serangan hama dengan menghasilkan produk

dari olahan cabai.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah memberi dukungan baik moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat yaitu Kepala Desa Jipurapah, perangkat desa Jipurapah, serta kader PKK yang turut serta berpartisipasi dalam kegiatan ini.

### **Daftar Referensi**

- Dyah. (2020). Bon Cabai Sebagai Alternatif Produk Olahan Cabai dan Peningkatan Pendapatan Petani di Saat Pandemi Covid-19. *PengabdianMu: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6 (4).
- Gultom, J. A., Silitonga, M., & Sitohang, A. (2021). Analisis Pengolahan Teknologi Untuk Cabe Merah Menjadi Cabe Bubuk di Kabupaten Dairi. *ATDS Saintech Journal Of Engineering*, 2(2), 46-51.
- HP, S., MS, L., & Hermawan, D. E. (2013). Pembuatan bubuk cabe merah menggunakan variasi jenis cabe dan metode pengeringan. *Jurnal Teknologi Pangan*, 5(2).
- Intani, R. (2014). Kiat Penjual Makanan Tradisional dalam Menembus Pasar. *Patanjala: Journal of Historical and Cultural Research*, 6(2), 315-328.
- Jupri, A., Naim, N., Amalia, B. R., Rozi, T., & Prasedya, E. S. (2022). Peningkatan Kesejahteraan Petani Cabai di Desa Kumbang Melalui Pelatihan Pengolahan Bubuk Cabai dengan Pengemasan dan Pemasaran melalui Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5 (2), 345-349.
- Satriya, I. W. B., & Purnamasari, N. K. G. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Pengolahan Cabai Rawit Menjadi Bubuk Cabai Siap Konsumsi Di Kelompok Tani Pangan Sejahtera Sarwa Prani Kelurahan Penatih Denpasar Timur. *Jurnal Sewaka Bhakti*, 7(2), 10-18.
- Susilawati. (2018). Analisis Tingkat Pengetahuan Pedagang dalam Penggunaan Kandungan Zat Pewarna Merah pada Bubuk Cabai dalam Makanan Jajanan di Kelurahan Tembung Kecamatan Medan Tembung. *Global Health Science*, 3 (4), 1-6.
- Susilawati, D., Loniza, E., & Setyanigrum, C. (2022). Pemberdayaan Kelompok Tani Melalui Optimalisasi Pengolahan Produk Pascapanen Cabai Merah di Desa Sangup, Boyolali. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Membangun Negeri*, 6(2), 133-143.
- Saputro & Susanto. (2016). Pembuatan Bubuk Cabai Rawit. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 4 (1), 62-71.

Widowati. (2021). Pengolahan Cabai Menjadi Cabai Bubuk di Dusun Tembora oleh Mahasiswa UMM. (Online) Tersedia: <https://www.kompasiana.com> . Diakses pada 23 Januari 2023