

Sosialisasi Pengembangan Produk Donat Isi Vla Berbahan Dasar Singkong dan Implementasi Desain Kemasan Digital guna Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM pada Masyarakat Desa Tegal Sari, Dolok Masihul, Serdang Bedagai, Sumatera Utara

Zainka Khairunnisha¹, Erni Maharanti Barus², Tio Ainawani³, Suhaimah Ramadhani Hasibuan⁴, Azikha Candya Sabitah⁵, Risky Wardani Harahap⁶, Putri enjelita siahaan⁷, Dita Lestari⁸, Mia Ervita Perangin-angin⁹, Tengku Ratna Soraya¹⁰

¹Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

^{2,3}Program Studi Pendidikan Teknologi Informatika dan Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

^{4,5}Program Studi Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

⁶Program Studi Pendidikan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

⁷Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

⁸Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

⁹Program Studi Pendidikan Seni Musik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

¹⁰Program Studi Bahasa Asing, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Indonesia

Email: ¹zainkakhairunnisha@mahasiswa.unimed.ac.id, ²erni.5212151001@mahasiswa.unimed.ac.id,

³tio.5212451005@mahasiswa.unimed.ac.id, ⁴suhaimahhsb.5211142005@mahasiswa.unimed.ac.id,

⁵azikha candya.5211142007@mahasiswa.unimed.ac.id, ⁶kiky.4213121084@mahasiswa.unimed.ac.id,

⁷putrisiahaan.1211111055@mahasiswa.unimed.ac.id, ⁸dita.1211113012@mahasiswa.unimed.ac.id,

⁹miaervita.2211142001@mahasiswa.unimed.ac.id, ¹⁰ratnasoraya@unimed.ac.id

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang tetap konsisten dan berkembang dalam perekonomian nasional. Dengan itu, Program pengembangan produk donat isi vla berbahan dasar singkong oleh UMKM di Desa Tegal Sari, Dolok Masihul, Serdang Bedagai, Sumatera Utara, dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk dan memperkuat posisi UMKM dalam perekonomian lokal. Program ini melibatkan sosialisasi pengembangan produk dan implementasi desain kemasan digital melalui pelatihan, penelitian resep inovatif, desain kemasan unik, dan penggunaan teknologi digital seperti media sosial dan aplikasi pemasaran *online*. Tujuan akhirnya adalah meningkatkan kualitas dan daya tarik produk, serta mempromosikan UMKM secara efektif di masyarakat lokal. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan keberlangsungan usaha, serta memberikan kontribusi pada perekonomian masyarakat desa. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung produk lokal dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan ekonomi desa.

Kata kunci: UMKM, Desain Kemasan, Sosial Media, Digital Marketing, E-Commerce

ABSTRACT

MSMEs are one of the business sectors that remain consistent and growing in the national economy. With this, the product development program for donuts filled with cassava filling from cassava by MSMEs in Tegal Sari Village, Dolok Masihul, Serdang Bedagai, North Sumatra, was carried out to increase product competitiveness and strengthen the position of MSMEs in the local economy. This program involves disseminating product development and implementing digital packaging design through training, research into innovative recipes, unique packaging designs, and the use of digital technology such as social media and online marketing applications. The ultimate goal is to improve the quality and attractiveness of products, as well as effectively promote MSMEs in local communities. In this way, it is hoped that it can increase sales and business sustainability, as well as contribute to the economy of village communities. Apart from that, this program also aims to increase community awareness about the importance of supporting local products and increase community involvement in village economic development.

Keywords: Msmes, Packaging Design, Social Media, Digital Marketing, E-Commerce

Submit: Oktober 2024

Diterima: November 2024

Publis: November 2024



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

1. PENDAHULUAN

Desa Tegal Sari Merupakan desa yang potensi ekonominya belum tergarap secara maksimal. Meskipun desa ini memiliki sumber daya alam yang melimpah dan masyarakat yang dinamis, namun perekonomian masih menghadapi berbagai tantangan. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya inovasi dalam produk lokal dan keterbatasan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini menyebabkan produk-produk lokal kurang bersaing di pasar yang lebih luas, menghambat pertumbuhan ekonomi, dan mengurangi potensi pendapatan bagi pelaku UMKM di desa tersebut.

Di Desa Tegal Sari, singkong (ubi kayu) merupakan bahan baku yang melimpah dan memiliki potensi pengembangan yang besar. Meski singkong seringkali tidak dimanfaatkan secara maksimal, namun produk inovatif seperti donat vla berbahan dasar singkong dapat memberikan nilai tambah yang signifikan. Penelitian menunjukkan bahwa produk berbasis singkong memiliki potensi besar dalam menciptakan inovasi kuliner yang dapat memenuhi selera konsumen dan meningkatkan pendapatan pelaku UMKM (Suryani et al., 2021; Widiastuti et al., 2022). Pengembangan produk berbasis ubi kayu dapat meningkatkan daya tarik produk lokal dan memperkuat posisi kompetitifnya di pasar.

Donat adalah makanan populer budaya Eropa. Produk donat merupakan produk praktis yang sering disantap saat berkumpul keluarga, makan malam di sekolah, dan sarapan di rumah. Bentuknya bulat dengan lubang di tengahnya dan digoreng di bagian ujung. Tingkat perkembangan merupakan kemampuan donat bertambah besar sebelum dan sesudah digoreng.

Di era sekarang ini tuntutan akan jenis jenis makanan semakin tinggi, misalnya tuntutan variasi bahan makanan yang berasal dari sumber yang belum maksimal pemanfaatannya. Masih banyak bahan makanan yang ada di ruang lingkup kita yang dapat dipergunakan atau dimanfaatkan secara maksimal, namun masih terlalu orang yang mengetahui cara

pengolahannya. Salah satu bahan makanan belum dimanfaatkan secara maksimal adalah hasil dari fermentasi ubi kayu. Ubi kayu atau ketela pohon atau singkong merupakan bahan pangan potensial masa depan dalam tatanan pengembangan agrobisnis dan agroindustri.

Desa Tegal Sari Merupakan desa yang memiliki penghasilan tinggi pada ubi kayu. Oleh sebab itu terlaksana lah sosialisasi pengembangan produk donat isi vla membahas dasar ubi kayu.

Desain kemasan digital berperan penting dalam memasarkan produk UMKM di era digital. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan daya tarik suatu produk dan membedakannya dari pesaing. Kajian literatur menunjukkan bahwa Kemasan harus dapat menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Sebuah Desain kemasan yang baik memberikan nilai tambah pada produk yang dikemas. (Cenadi, C. S. ,2000). Dengan memperkenalkan desain kemasan digital yang menarik, produk UMKM Desa Tegal Sari dapat meningkatkan visibilitasnya dan menarik pasar yang lebih luas.

Perkembangan teknologi dan industri berdampak pada kehidupan manusia, khususnya dalam dunia bisnis saat ini. Selain itu, hadirnya banyak perusahaan start-up, baik besar maupun kecil, meningkatkan persaingan antar perusahaan, apalagi dengan perusahaan sejenis. Dalam dunia yang semakin kompetitif ini, salah satu sektor yang dianggap sangat sibuk adalah sektor pangan. Karena kesibukan modern, kebanyakan orang tidak punya banyak waktu untuk menyiapkan makanan di rumah dan menikmati makanan siap saji. Bisnis ini sangat menjanjikan karena kebutuhan utama yang harus dipenuhi setiap orang adalah makanan. Salah satu perkembangan di era globalisasi saat ini adalah mendorong masyarakat untuk berkreasi dalam mengolah bahan makanan. Salah satu contohnya adalah semakin besarnya minat masyarakat untuk mendirikan usaha kecil dan menengah di bidang pangan.

Selanjutnya dalam bidang bisnis digital, Penggunaan teknologi oleh

konsumen melalui toko online memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis. Jika pengecer tradisional, khususnya UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) tidak memperhatikan hal ini dengan baik, lama kelamaan penjualannya akan menurun karena kalah bersaing dengan toko online. Pemasaran online melalui toko online membantu para pelaku usaha, khususnya usaha kecil dan menengah, untuk mempromosikan dan memasarkan produk dan jasanya. Pemasaran online juga dapat membuka peluang dan pasar baru yang sebelumnya tidak ada karena keterbatasan waktu, jarak, dan komunikasi. Pemasaran online yang dapat diakses secara luas memungkinkan konsumen mengetahui produk yang ditawarkan dan tertarik untuk membeli secara online.

Pembuatan donat vla dari singkong di Desa Tegal Sari akan membantu menonjolkan produk lokal dan mendorong pendapatan desa. Sehingga jika kita menggunakan singkong seperti seorang superstar, hal ini benar-benar dapat meningkatkan arus kas bagi pelaku bisnis kecil dan membuat pasar mereka lebih besar. Sebaiknya kemasan digital yang keren dapat membuat produk menonjol secara online dan membantu menjual lebih banyak. Desa mengharapkan lebih banyak keterampilan masyarakat dalam inovasi produk dan pemasaran digital, yang akan bermanfaat bagi desa dalam jangka panjang.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan penyuluhan tentang pengolahan ubin untuk dijadikan donat. Dalam penyuluhan ini dilakukan demonstrasi cara pengolahan ubi menjadi donat. Dimana pada awalnya diberikan materi tentang cara pengolahan bahan ubi menjadi donat. Kemudian melakukan praktek pembuatan donat dari bahan ubi di depan peserta dengan alat dan bahan yang telah disediakan. Selanjutnya dilakukan penyuluhan terkait desain kemasan untuk pemasaran donat dari bahan ubi tersebut agar terlihat menarik dan diminati di pasaran. Serta

diberikan pula pengetahuan mengenai teknik pemasaran produk donat bahan ubi melalui pasar online yaitu seperti Facebook dan media sosial lainnya. Dan selanjutnya digunakan pula metode diskusi, penggunaan metode ini membutuhkan partisipasi Masyarakat untuk saling bertukar informasi secara lisan. Masyarakat sangat antusias dan mendengar penyampaian materi sehingga muncul pertanyaan-pertanyaan yang menjadi bahan diskusi. Diskusi terjadi dengan muncul ide dan gagasan yang menjadi fokus untuk kegiatan pemasaran donat bahan ubin. Diharapkan kegiatan ini bermanfaat bagi warga Desa Tegal Sari, terutama bagi kemajuan UMKM desa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. DONAT BOMBOLONI SINGKONG

a. Donat

Donat merupakan salah satu makanan yang berbahan dasar tepung terigu, makanan ini dapat dijadikan makanan ringan maupun makanan berat. Catatan sejarah menunjukkan bahwasanya Belanda membuat olykoeks atau yang dapat diartikan sebagai kue minyak pada awal abad ke-19. Pada awalnya donat ini hanyalah berbentuk bola yang digoreng dengan lemak babi hingga bewarna coklat keemasan, dikarenakan bagian tengah kue sering tidak matang merata bagai tengahnya sehingga diisi oleh isian seperti kacang, buah, kismis, dan lainnya.

Ketika imigran Belanda mulai menetap di Amerika Serikat, mereka terus melakukan tradisi mereka yaitu membuat olykoeks yang kemudian dipengaruhi oleh budaya lain dan terus bermetamorfosis sehingga menjadi donat yang kita kenal pada saat ini.

Asal mulanya terbentuk donat yang awalnya berbentuk bulat kemudian menjadi ada lubang dibagian tengahnya yaitu berkat Hansen Gregory, seorang kapten seorang kapten kapal Amerika pada tahun 1847, ia membuat solusi untuk membuat lubang pada bagian tengahnya karena sering kali tidak matang merata ke bagian tengahnya, sehingga ia melubangi adonan donat sebelum

menggorengnya, sehingga permukaan donat yang terkena minyak lebih meneyluruh, dan ininjuga terinspirasi dari kemudi kapal.

b. Bomboloni

Donat memiliki varian yang berbeda dari berbagai belahan di dunia, salah satunya d bomboli yang berasal dari Negara Italia. Bomboloni adalah donat yang memiliki isian di bagaian dalamnya ini merupakan makanan yang dihidangkan sebagai makanan ringan ataupun makanan penutup, isian bomboloni pada umumnya berisi selai, seperti selai strawbery, blueberry, coklat, dan lainnya yang kemudian diberi taburan tepung gula pada bagian luar donat. Secara etimologis penamaan donat ini terkaindangan *bombe* yang berarti bom, dinamakan seperti itu dikarenakan bentuknya yang mirip seperti granat atau bom kuno.

c. Resep Donat Bomboloni Singkong



Gambar 1. Adonan Bomboloni

Bahan-bahan:

- 400 gr Tepung Terigu Protein Tinggi
- 100 gr Tepung erigu protein sedang
- 6 gr Ragi
- 120 gr Gula Pasir
- 55 gr Margarin
- 5 gr Garam
- 2 butir Kuning Telur
- 1,5 gr Baking Powder
- 50 ml Susu Full Cream
- 150 ml Air
- 300 gr Singkong (direbus)

Cara Membuat Adonan:

1. Rebus singkong sampai matang dan lembut, kemudian ulek atau blender sampai halus.
2. Campurkan semua bahan kecuali garam dan margarin, aduk hingga rata.
3. Setelah adonan teraduk rata, masukkan garam dan margarin, kemudian mixer hingga kalis.
4. Setelah adonan kalis, diamkan selama 15 menit dengan wadah tertutup.
5. Kemudian bagi adonan sesuai ukuran yang diinginkan, bentuk sesuai yang diinginkan dan diamkan selama 20 menit.
6. Goreng adonan di api kecil (tips: cukup balik donat sekali saja, agar tidak berminyak).
7. Berikan isian vla singkong, dan sajikan.

2. VLA SINGKONG

Vla adalah satu makanan penutup (dessert) yang populer . Yang dimana teksturnya yang lembut dan manis. Vla merupakan makanan penutup yang berasal dari susu yang sama seperti pudding cair. Vla memiliki tekstur yang lembut dan rasanya yang manis sehingga disukai berbagai kalangan. Meskipun ketersediaan dalam rasa, pembuatan vla terdiri dari beberapa bahan-bahan yang sederhana seperti susu, gula dan vanilla. Vla tidak hanya terkenal sebagai hidangan penutup yang lembut melainkan sebagai bahan yang sering digunakan sebagai hiasan isian dalam kue dan pastry.

Sering waktu, resep dan cara pembuatan vla mengalami inovasi baru, seperti menambahkan rasa seperti coklat, stroberi, kopi, dan singkong sebagai rasa inovasi baru dalam vla. Vla juga tidak hanya disukai dalam hidangan penutup, tetapi juga sebagai isian dalam hiasan sebagai jenis kue dan pastry. Teksturnya yang lembut menjadikan bahan lebih mudah untuk mengisi donat, pie, tart dan berbagai kreasi baru. Penggunaan vla sebagai bahan yang mudah disesuaikan dengan berbagai jenis resep kuliner.

Perkembangan vla tidak hanya sebagai rasa dan variasi, melainkan telah dimodifikasi dengan bahan-bahan alternatif. Vla juga dapat beradaptasi dengan tren dan

kebutuhan konsumen seperti yang bebas gluten dan rendah gula. Didalam era tren kuliner modern, vla dibuat sebagai kreasi kuliner fusion. Pembuat donat kreatif menggabungkan vla singkong untuk menciptakan inovasi yang kreatif. Misalnya, vla digunakan sebagai topping untuk donat, sebagai bahan campuran vla atau bahan utamanya singkong. Vla singkong juga bisa dibuat sebagai inovasi tren baru dan dapat menginspirasi para kreatif dapur rumah tangga dan para penjualan.

a. Singkong

Singkong adalah salah satu tanaman pangan yang penting di berbagai negara seperti Indonesia. Singkong merupakan umbi-umbian yang memiliki lingkungan kurang ideal. Singkong sudah lama dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai makanan pokok. Singkong ini tumbuh dibawah tanah dan dapat dikonsumsi oleh manusia dan pertumbuhan singkong dilihat dari kondisi lingkungannya. Singkong juga dapat dikonsumsi sebagai sayuran dan kaya akan protein, dan umbinya sebagai karbohidrat terutama pati. Singkong sebagai sumber utama yang digunakan dalam industri makanan. Yang dimana, Tepung tapioka dihasilkan dari singkong dan digunakan sebagai pengental dalam makanan yang bebas gluten.

Selain itu, singkong memiliki peran penting dalam pangan di Indonesia. Singkong dapat mengurangi ketergantungan beras sebagai sumber karbohidrat. Singkong memiliki potensi yang sangat besar tetapi perkembangannya masih kurang seperti ketergantungan produk lokal, kurangnya inovasi baru, dan produk yang sangat rendah.

Kegiatan ini dilaksanakan di Aula kantor Desa Tegal Sari Kec.Dolok Masihul Serdang Berdagai. Produk yang di buat yaitu Vla Singkong. Bahan utama yang digunakan yaitu singkong yang sampelnya diambil langsung dari salah satu kebun warga di Desa Tegal Sari.



Gambar 2. Adonan Vla

Sumber : Penulis (2024)

Resep Vla Singkong:

Bahan-bahan vla singkong

- 500 gr singkong
- ½ sdt garam
- 2 lembar daun pandan
- 1.500 ml air
- 8 sdm gula pasir

Bahan Saus:

- 150 ml santan kental
- 100 ml air
- 2 sdm gula pasir
- 2 sdm kental manis
- 1 sdt essence vanilla
- ½ sdt garam
- 1 lembar daun pandan
- 1 sdm maizena

Cara Membuat:

1. Kupas terlebih dahulu singkong.
2. Haluskan singkong dengan blender
3. Siapkan wajan untuk memasak vla singkong
4. Masukkan singkong yang sudah dihaluskan, aduk rata dengan menggunakan kompor api kecil
5. Masukkan santan kental
6. Tambahkan air, gula pasir, kental manis, essence vanilla, garam, daun pandan dan aduk sampai merata
7. Setelah merata, masukkan tepung maizena sebagai pengental vla
8. Tunggu sampai vla singkong matang
9. Setelah vla matang, dinginkan vla terlebih dahulu

10. Setelah vla sudah dingin, masukkan vla kedalam pipingbag untuk sebagai isian dalam donat.

3. Desain Kemasan dalam Sosialisasi SINKREASI

1. Pentingnya Desain Kemasan

Pengemasan adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Ini karena kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain lainnya dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.

Desain kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk. Produk yang memiliki kemasan menarik dan profesional dapat meningkatkan citra produk dan menarik minat konsumen. Hal ini terlihat dalam beberapa studi yang menunjukkan bahwa label dan kemasan produk mempengaruhi citra produk dan dapat berfungsi sebagai media promosi.

2. Manfaat Desain Kemasan

Desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah dan pembungkus makanan, tetapi juga dapat menjadi media promosi yang efektif. Dengan desain kemasan yang menarik, produk dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Selain itu, desain kemasan yang profesional dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.

3. Implementasi Desain Kemasan

Dalam kegiatan sosialisasi SINKREASI, tim pengabdian melakukan pelatihan dan sosialisasi terkait pembuatan label dan kemasan produk. Pelatihan ini meliputi pengenalan desain, manfaat desain, dan cara pembuatan label yang bagus dan menarik. Hasil dari pelatihan ini adalah peningkatan kemampuan masyarakat dalam membuat desain kemasan yang profesional dan menarik.

4. Hasil Evaluasi

Evaluasi dari kegiatan sosialisasi SINKREASI menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah meningkatkan wawasan mereka mengenai desain kemasan dan cara membuatnya. Hasil ini dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan produk setelah dilakukan sosialisasi dan pelatihan desain kemasan. Meskipun peningkatan omset penjualan tidak terlalu signifikan, namun kegiatan ini telah membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.



Gambar 3. Contoh desain kemasan yang dibuat di Aplikasi Canva
Sumber : Penulis (2024)



Gambar 4. Contoh logo yang dibuat di Aplikasi Canva
Sumber : Penulis (2024)

Jadi, **Desain Kemasan** merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk olahan singkong. Dengan desain kemasan yang menarik dan profesional, produk dapat meningkatkan citra dan menarik minat konsumen. Kegiatan sosialisasi SINKREASI telah berhasil meningkatkan kemampuan masyarakat dalam membuat

desain kemasan yang profesional, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

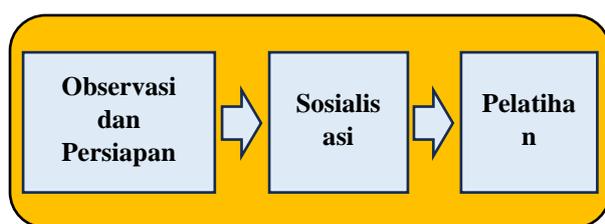
4. DIGITAL MARKETING DASAR

Digital Marketing

Digital marketing adalah upaya mempromosikan merek menggunakan media digital yang memungkinkan interaksi dengan konsumen secara tepat waktu, personal, dan relevan. Pemasaran digital mencakup berbagai teknik dan praktik, termasuk yang terdapat dalam kategori pemasaran online. Selain itu, pemasaran digital tidak hanya bergantung pada internet, tetapi juga menggabungkan elemen penting lainnya seperti ponsel, pesan teks, iklan banner, dan media digital luar ruangan (Pranoto et al., 2019)

Pemasaran digital juga memadukan faktor psikologis, humanis, antropologi, serta teknologi, yang menciptakan media baru dengan kemampuan besar, interaktif, dan multimedia. Hasil dari era baru ini adalah terjadinya interaksi antara produsen, perantara, dan konsumen. Pemasaran digital terus berkembang untuk mendukung layanan perusahaan dan meningkatkan keterlibatan konsumen.

Hasil Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing



Gambar 5. Tahap Pelaksanaan kegiatan SINKREASI Bagian Sosialisasi Digital Marketing

Sumber : Penulis (2024)

Observasi dan Persiapan

Setelah Melakukan observasi desa, kelompok KKN Universitas Negeri Medan Tahun 2024 Desa Tegal Sari menemukan bahwa masyarakat desa cenderung melakukan pemasaran dan penjualan produk secara konvensional. Mulai dari hasil bumi

berupa padi, singkong, sawit hingga produk-produk olahan makanan. Hal ini membuat kelompok KKN Universitas Negeri Medan melakukan perencanaan kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Dasar kepada Masyarakat yang tergabung dalam kegiatan SINKREASI.

Persiapan dilakukan mulai dari menentukan tanggal pelaksanaan kegiatan, membuat *Term of Reference* (TOR) yang didalamnya termasuk *Rundown* dan Rencana Anggaran Biaya (RAB) kegiatan. Dalam persiapan yang dilakukan terhitung 2 minggu atau lebih dari 14 hari sebelum pelaksanaan kegiatan. Tim KKN Unimed juga mendesain berbagai keperluan kegiatan mulai dari desain spanduk, desain brosur pendaftaran, desain *vlayer* kegiatan, desain brosur resep, desain PPT materi dan lain-lain.

Selain mempersiapkan peralatan dan perlengkapan kegiatan sosialisasi, tim juga mensosialisasikan dan menyebarkan brosur pendaftaran kepada masyarakat, mengundang Kepala Desa beserta Perangkat Desa Tegal Sari dan mengundang Komunitas Remaja At-Taqwa Masjid Desa Tegal Sari.

Sosialisasi

KKN Universitas Negeri Medan Tahun 2024 Desa Tegal Sari melaksanakan kegiatan Sosialisasi Digital marketing dengan Inovasi Produk Olahan Singkong dan Desain Kemasan (SINKREASI) pada Rabu, 07 Agustus 2024 di Aula Kantor Desa Tegal Sari, Kec. Dolok Masihul. Kegiatan ini diikuti oleh puluhan peserta yang terdiri dari Perangkat Desa Tegal Sari, Masyarakat Desa Tegal Sari, Pemuda-Pemudi Desa Tegal Sari yang tergabung dalam Komunitas Remaja Masjid Desa Tegal Sari dan panitia pelaksana yaitu Kelompok KKN Universitas Negeri Medan.

Tabel 1. Data Peserta Kegiatan SINKREASI

No.	Nama	Keterangan
1.	Jumiati	Masyarakat
2.	Rahmi	Remaja Masjid
3.	Luna	Remaja Masjid
4.	Suci	Remaja Masjid
5.	Lely	Masyarakat
6.	Misnah	Masyarakat
7.	Wagiati	Masyarakat
8.	Ilhamsah	Remaja Masjid
9.	Samsuri	Masyarakat
10.	Yunitawati	Masyarakat
11.	Ihsan	Remaja Masjid
12.	Saripah	Masyarakat
13.	Dea	Masyarakat
14.	Juhadi	Perangkat Desa
15.	Susan	Perangkat Desa
16.	Risky	Panitia Pelaksana
17.	Ari	Panitia Pelaksana
18.	Auliani	Panitia Pelaksana
19.	Dita	Panitia Pelaksana
20.	Juwita	Panitia Pelaksana
21.	Deni	Panitia Pelaksana
22.	Mahandika	Panitia Pelaksana
23.	Mia	Panitia Pelaksana
24.	Novita	Panitia Pelaksana
25.	Putri	Panitia Pelaksana
26.	Renata	Panitia Pelaksana
27.	Rolanda	Panitia Pelaksana
28.	Riomas	Panitia Pelaksana
29.	Dhila	Panitia Pelaksana
30.	Yemima	Panitia Pelaksana
31.	Yemima	Panitia Pelaksana

Sumber : Penulis (2024)

Sosialisasi Digital Marketing Dasar disampaikan oleh salah satu anggota KKN Universitas Negeri Medan yaitu Zainka Khairunnisha dari Program Studi Bisnis Digital. Materi yang disampaikan mencakup definisi dari pemasaran digital serta perbedaan pemasaran konvensional dan pemasaran digital. Kemudian menunjukkan data tren media pemasaran digital yaitu jenis pemasaran digital media sosial tahun 2024 yang menunjukkan pada Januari 2024 terdapat 3 platform media sosial dengan pengguna terbanyak didunia yang terdiri dari Instagram di urutan pertama, WhatsApp di urutan kedua dan WhatsApp di urutan ketiga. Sosialisasi pemasaran digital juga mencakup materi pemanfaatan media sosial untuk pemasaran usaha terkhusus media sosial Facebook, WhatsApp dan Instagram.



Gambar 6. Penyampaian Materi Digital Marketing Dasar Oleh Narasumber
Sumber : Penulis (2024)

Pelatihan

Pada sesi penyampaian materi digital marketing peserta kegiatan diajak untuk berlatih membuat akun pemasaran digital melalui media sosial yaitu Facebook Marketplace, Instagram Bisnis dan juga WhatsApp Bisnis. Pemateri memberikan arahan dan petunjuk bagaimana langkah-langkah membuat akun pemasaran digital pada platform media sosial Facebook, WhatsApp dan Instagram melalui contoh gambar dan juga video tutorial.



Gambar 7. Foto Peserta Kegiatan SINKREASI dan Panitia Pelaksana Kegiatan
Sumber : Penulis (2024)

4. KESIMPULAN

Program pengembangan produk donat isi vla berbahan dasar singkong oleh

UMKM di Desa Tegal Sari, Dolok Masihul, Serdang Bedagai, Sumatera Utara, telah berhasil meningkatkan daya saing produk dan memperkuat posisi UMKM dalam perekonomian lokal. Melalui sosialisasi pengembangan produk dan implementasi desain kemasan digital, program ini telah meningkatkan kualitas dan daya tarik produk, serta mempromosikan UMKM secara efektif di masyarakat lokal. Hasilnya adalah peningkatan penjualan dan keberlangsungan usaha, serta kontribusi pada perekonomian masyarakat desa. Selain itu, program ini juga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung produk lokal dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan ekonomi desa.

Dengan demikian, program ini dapat dijadikan contoh bagi UMKM lainnya dalam meningkatkan kinerja dan keberlangsungan usaha secara signifikan dan berkelanjutan. Program ini juga menunjukkan bahwa dengan dukungan yang tepat dan strategi pemasaran yang efektif, UMKM dapat meningkatkan pangsa pasar dan memperkuat posisi mereka dalam industri makanan lokal. Selain itu, program ini juga membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa dengan menyediakan produk yang lebih berkualitas dan menarik.

Dalam keseluruhan, program pengembangan produk donat isi vla berbahan dasar singkong oleh UMKM di Desa Tegal Sari telah menunjukkan hasil yang sangat positif dan berdampak luas. Program ini tidak hanya meningkatkan kinerja UMKM, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa secara keseluruhan. Oleh karena itu, program ini dapat dijadikan model yang dapat diikuti oleh UMKM lainnya di daerah lain untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan usaha mereka.

5. REFERENSI

Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Nirmana*, 2(2).

Dekker, P., & Van Houte, L. (2016). *The Evolution of Dutch Desserts: From Traditional Vla to Modern Pastry*

Fillings. Rotterdam: Dessert Heritage Press.

Diana Romghodningsih, Dkk, 2023, Inovasi Pembuatan Kue Donat Sebagai Cemilan Sehat Guna Meningkatkan Nilai Jual Bagi Pelaku Umkm Di Kampung Ampel, Kelurahan Pengampelan, Kecamatan, Walantaka, Vol, 4.No 3.

Meijer, J. (2019). *Innovations in Pastry: Incorporating Vla into Modern Baking*. Utrecht: Culinary Innovations Journal.

Nasution, M. A., & Syahrir, M. (2019). Potensi dan Tantangan Pengembangan Singkong sebagai Sumber Energi Terbarukan di Indonesia. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 8(2), 87-98.

Purnamasari, A. (2020). Penerapan digital marketing untuk produk olahan singkong di Desa Blumbungan Pamekasan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 123-135.

<https://doi.org/10.1234/jimb.v18i2.123>

Putri Bintang, Dkk, 2023, Penambahan Ekstrak Daun Kelor Terhadap Pembuatan Bomboloni Untuk Membandingkan Warna Melalui Uji Organoleptik, Vol. 6, No. 3.

Rachmawati, D., & Sari, R. (2021). Peningkatan daya saing melalui inovasi kemasan olahan emping singkong Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 45-58.

<https://doi.org/10.5678/jpm.v5i1.45>

Singkong di Indonesia. *Jurnal Agroindustri*, 6(4), 67-81

Suryana, A., & Sudaryanto, T. (2018). Diversifikasi Pangan Berbasis Singkong: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Ketahanan Pangan*, 7(1), 55-67.

Suryani, I., Nurhayati, E., & Prabowo, Y. (2021). Pengembangan Produk Kuliner Berbasis

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Strategi pemasaran (4th ed.). Andi.

Visser, R. (2020). *The History and Cultural*

Significance of Vla in Dutch Cuisine. Leiden: Journal of European Food Studies.

Wargiono, S., & Prabowo, T. (2017). *Agribisnis Singkong: Strategi Pengembangan dan Manfaat Ekonominya.* Bogor: IPB Press.

Wibowo, A. (2019). Digital marketing sebagai strategi meningkatkan jumlah konsumen dengan menggunakan media sosial dan internet. *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 67-78.

<https://doi.org/10.5678/jkom.v7i1.67>

7

