

Meningkatkan Nilai Ekonomi Ubi Cilembu Melalui Transformasi Pemasaran dan Kolaborasi Masyarakat

Dety Sukmawati¹, Winna Roswinna², Ida Marina³, Siti Marina⁴, Syahrul Argi Ghifari⁴, Aaf Falahudin³

¹Faculty of Agriculture, Universitas Winaya Mukti, Bandung, Indonesia

²Faculty of Economics and Business, Universitas Winaya Mukti, Bandung, Indonesia

³Faculty of Agriculture, Universitas Majalengka, Indonesia

⁴Student Faculty of Agriculture, Winaya Mukti University, Bandung, Indonesia

*e-mail korespondensi: detysukmawati@gmail.com

Abstract

The community service program aims to increase the productivity and competitiveness of Ma Utik MSME, a Cilembu yam producer in Cilembu Village, Pamulihan District, Sumedang Regency. The method of implementing this service is carried out systematically through the stages of socialization, intensive training, application of technological solutions, mentoring, and evaluation. This program focuses on developing sustainability through improving partners' skills in marketing strategies, business management, developing distribution networks, and product innovation. The program results showed a significant improvement in various aspects. The understanding and application of digital marketing strategies from 40% increased to 80%, after partners were equipped with skills in branding, digital promotion, and the use of social media. Business management skills from 45% increased to 85% through training in business planning and financial management. In addition, the effectiveness of the distribution network increased from 35% to 75%, after training on negotiation and relationship building with distributors. Product innovation also improved, with partners successfully developing new products, such as sweet potato chips and roasted sweet potatoes, which increased the innovation rate from 30% to 70%. Overall, this service program has succeeded in providing effective and sustainable solutions in increasing the competitiveness and productivity of partners. Community collaboration and a systematic approach are proven to be effective strategies in overcoming the challenges faced by local MSMEs, while improving the economic welfare of the community.

Keywords: marketing transformation; sweet potato; marketing strategy; Distribution; Product Innovation

Abstrak

Program pengabdian masyarakat bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM Ma Utik, produsen ubi Cilembu di Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan secara sistematis melalui tahapan sosialisasi, pelatihan intensif, penerapan solusi teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Program ini berfokus pada pengembangan keberlanjutan melalui peningkatan keterampilan mitra dalam strategi pemasaran, manajemen usaha, pengembangan jaringan distribusi, dan inovasi produk. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam berbagai aspek. Pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital yang semula 40% meningkat menjadi 80%, setelah mitra dibekali dengan keterampilan dalam branding, promosi digital, dan penggunaan media sosial. Kemampuan manajemen usaha yang awalnya hanya 45% meningkat menjadi 85% melalui pelatihan dalam perencanaan bisnis dan pengelolaan keuangan. Selain itu, efektivitas jaringan distribusi meningkat dari 35% menjadi 75%, setelah pelatihan terkait negosiasi dan pembinaan hubungan dengan distributor. Inovasi produk juga mengalami peningkatan, di mana mitra berhasil mengembangkan produk baru, seperti keripik ubi dan ubi panggang, yang meningkatkan tingkat inovasi dari 30% menjadi 70%. Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil memberikan solusi yang efektif dan berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas mitra. Kolaborasi masyarakat dan pendekatan sistematis terbukti menjadi strategi yang efektif dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM lokal, sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci: transformasi pemasaran; ubi Cilembu; strategi pemasaran; Distribusi; Inovasi Produk

Accepted: 2024-11-20

Published: 2025-02-12

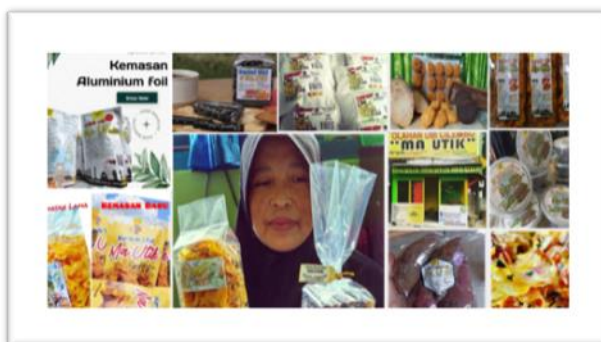
PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal sering kali dihadapkan pada tantangan kompleks, terutama dalam hal pemasaran produk lokal. Salah satu contoh nyata adalah ubi Cilembu, varietas

ubi jalar khas dari Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Sejak dikenal luas pada tahun 1990-an, ubi Cilembu telah menarik perhatian konsumen berkat keistimewaannya, yaitu cairan lengket dengan aroma gula madu yang memikat saat dipanggang. Namun, meskipun memiliki potensi pasar yang besar, pemasaran ubi Cilembu masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk akses pasar yang terbatas dan harga jual yang tidak sebanding dengan kualitas produknya.

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Pertanian, telah memberikan perhatian besar terhadap pengembangan ubi Cilembu, baik dari sektor budidaya hingga pemasaran ekspor. Tren ekspor ubi Cilembu menunjukkan peningkatan signifikan dari tahun ke tahun, mencerminkan potensi pengembangan yang menjanjikan. Meskipun demikian, di pasar domestik, ubi Cilembu masih menghadapi berbagai tantangan pemasaran yang menghambat optimalisasi nilai ekonominya (Marina dan Dinar, 2024).

Salah satu inisiatif lokal yang berperan penting dalam mengatasi tantangan ini adalah Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya (P4S) Putri Kareumbi yang dipimpin oleh Uti Mulyati, lebih dikenal sebagai Ma Utik. Sejak tahun 2014, Ma Utik telah memelopori pengolahan ubi Cilembu menjadi berbagai produk olahan, seperti donat ubi, keripik, dan produk camilan lainnya.



Gambar 1. Produk Hasil Olahan Ubi Cilembu Ma Utik

Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual ubi Cilembu melalui diversifikasi produk dan inovasi pemasaran. Namun, meskipun telah berhasil dalam beberapa aspek, tantangan tetap ada, termasuk keterbatasan akses pasar yang perlu ditingkatkan.

Kolaborasi antara berbagai pihak, seperti masyarakat lokal, pelaku usaha, pemerintah daerah, dan lembaga pendukung ekonomi, menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi ubi Cilembu dan produk olahannya (Marina, dkk. 2023). Sinergi yang baik antara pihak-pihak ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan industri ubi Cilembu. Transformasi pemasaran ubi Cilembu tidak hanya meningkatkan daya saing produk, tetapi juga berpotensi mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat (Marina, dkk. 2024).

Melalui pengabdian ini, diharapkan dapat dikembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan kolaborasi yang lebih luas untuk mengatasi tantangan pemasaran ubi Cilembu. Kegiatan ini juga sejalan dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang memungkinkan mahasiswa terlibat secara aktif dalam pemberdayaan masyarakat. Melalui proyek ini, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman belajar di luar kampus, mengasah keterampilan kolaboratif, serta berkontribusi dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar domestik dan internasional (Marina, dkk. 2024).

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dirancang untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran secara sistematis (Marina, dkk. 2023). Pertama, melalui sosialisasi, mitra diperkenalkan dengan tujuan program dan manfaatnya, dilanjutkan

dengan pelatihan intensif dalam bidang yang relevan seperti strategi pemasaran, manajemen usaha, dan distribusi. Kemudian, solusi-solusi diterapkan dengan menerapkan teknologi yang sesuai, diikuti dengan pendampingan dan evaluasi terhadap kemajuan yang dicapai. Program ini berfokus pada keberlanjutan, dengan upaya terus menerus untuk mengembangkan keterampilan dan meningkatkan strategi agar mitra dapat berkembang secara mandiri. Dengan demikian, metode ini diharapkan mampu memberikan solusi yang efektif dan berkelanjutan bagi mitra sasaran, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan daya saing mereka dalam pasar (Sukmawati, dkk. 2024). Berikut tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat untuk mengatasi permasalahan mitra dijelaskan pada Tabel 1:

Table 1. Methods Of Service Activities For The Preparation And Planning Stages As Well As Socialization And Initial Training

No.	Solusi Yang Ditawarkan	Pelatihan	Pendampingan dan Evaluasi
1	Pelatihan dan Pendampingan Strategi Pemasaran	Pembekalan dalam penggunaan media sosial, pemasaran digital, branding, dan promosi. Penyampaian pengetahuan dan keterampilan dalam perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, dan pengambilan keputusan strategis.	Bimbingan praktis dalam menerapkan strategi pemasaran yang dipelajari dan evaluasi terhadap hasilnya.
2	Pelatihan Manajemen Usaha	Pembekalan dalam negosiasi dan pembinaan hubungan dengan distributor lokal, regional, dan nasional.	Bimbingan langsung dalam menerapkan praktik manajemen yang dipelajari dan evaluasi terhadap kemajuan bisnis.
3	Pengembangan Jaringan Distribusi	Pembekalan dalam identifikasi tren pasar dan pengembangan produk baru yang sesuai.	Bimbingan dalam menjalin kemitraan dan evaluasi terhadap efektivitas distribusi.
4	Inovasi Produk		Bimbingan dalam proses inovasi produk dan evaluasi terhadap respon pasar.

Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman yang jelas mengenai program dan solusi yang ditawarkan. Pelatihan intensif dilakukan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mitra dalam strategi pemasaran, manajemen usaha, jaringan distribusi, dan inovasi produk (Roswinna, dkk. 2024). Pada tahap pendampingan dan evaluasi, akan diberikan bimbingan praktis serta evaluasi kemajuan implementasi solusi, yang menghasilkan penyesuaian strategi berdasarkan hasil evaluasi dan umpan balik. Program ini diakhiri dengan upaya keberlanjutan, di mana dukungan berkelanjutan diberikan dan analisis pasar rutin dilakukan untuk penyesuaian strategi (Sukmawati & Suryaman. (2024).

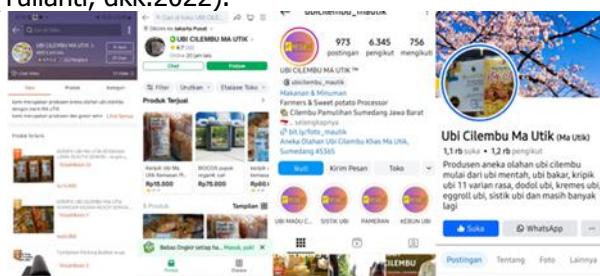
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pengabdian

Program pengabdian masyarakat dengan judul "Kolaborasi Masyarakat dalam Transformasi Pemasaran Ubi Cilembu: Strategi Efektif untuk Mengatasi Tantangan Produktivitas dan Meningkatkan Daya Saing Produk" telah dilaksanakan dengan tujuan utama untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM Ma Utik, produsen ubi Cilembu di Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang. Pelaksanaan program ini melibatkan berbagai tahapan yang sistematis, dimulai dari sosialisasi kepada mitra, dilanjutkan dengan pelatihan intensif, pendampingan, serta evaluasi terhadap hasil yang dicapai (Sukmawati, dkk. 2023). Sub Bab II



Salah satu masalah utama yang dihadapi mitra sebelum program adalah keterbatasan dalam strategi pemasaran (Roswinna, dkk. 2023), khususnya dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital (Yulianti, dkk. 2023). Sebelum pengabdian, mitra hanya memiliki kemampuan pemasaran digital sebesar 40%, yang berdampak pada terbatasnya akses pasar dan jangkauan promosi produk ubi Cilembu. Melalui pelatihan yang diberikan, mitra dibekali dengan pengetahuan tentang penggunaan media sosial, branding, dan promosi digital (Roswinna, dkk. 2023). Setelah pelaksanaan, terdapat peningkatan di mana persentase pemahaman dan penerapan strategi pemasaran meningkat menjadi 80%, dan jangkauan pasar pun berkembang, termasuk ke pasar online yang lebih luas (Yulianti, dkk. 2022).



Selain itu, pelatihan dalam bidang manajemen usaha juga diberikan untuk mengatasi masalah efisiensi operasional dan perencanaan bisnis yang kurang optimal (Priatna, dkk. 2024). Sebelum pengabdian, kemampuan mitra dalam manajemen usaha hanya sekitar 45%, yang menghambat pengambilan keputusan strategis dan perencanaan jangka Panjang (Priatna, dkk. 2023). Dengan pelatihan yang meliputi perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, dan analisis SWOT, serta pendampingan langsung, kemampuan manajemen usaha meningkat menjadi 85%. Hal ini memungkinkan mitra untuk menerapkan sistem pengelolaan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional, dan membuat keputusan yang lebih terarah (Yulianti, dkk. 2024).



Pengembangan jaringan distribusi menjadi tantangan lainnya yang dihadapi mitra, dengan keterbatasan hubungan dengan distributor lokal dan regional yang hanya mencapai efektivitas sebesar 35%. Melalui pelatihan terkait negosiasi dan pembinaan hubungan dengan distributor di berbagai tingkatan, mitra berhasil memperluas jaringan distribusinya hingga tingkat nasional.

Setelah pengabdian, efektivitas jaringan distribusi meningkat menjadi 75%, yang berdampak langsung pada peningkatan jangkauan pasar produk ubi Cilembu.



Inovasi produk juga menjadi fokus utama dalam program pengabdian ini. Sebelum pelaksanaan program, mitra hanya menawarkan produk ubi Cilembu dalam bentuk yang sangat terbatas, tanpa adanya diversifikasi atau inovasi baru, dengan tingkat inovasi hanya 30%. Melalui pelatihan mengenai identifikasi tren pasar dan pengembangan produk, mitra mulai memproduksi varian baru seperti keripik ubi dan ubi panggang dengan berbagai rasa. Setelah pengabdian, tingkat inovasi produk meningkat menjadi 70%, dan produk-produk baru ini mendapatkan respon positif dari konsumen, yang meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil memberikan dampak positif bagi mitra. Setiap solusi yang ditawarkan, mulai dari strategi pemasaran, manajemen usaha, pengembangan (Yulianti, 2023)



distribusi, hingga inovasi produk, telah diterapkan dengan baik, yang terlihat dari peningkatan yang signifikan pada setiap indikator keberhasilan. Program ini tidak hanya membantu meningkatkan daya saing produk ubi Cilembu, tetapi juga mendukung mitra untuk mengembangkan usahanya secara lebih mandiri dan berkelanjutan. Hasil ini menunjukkan bahwa kolaborasi masyarakat dan pendekatan yang sistematis dapat menjadi strategi efektif dalam mengatasi tantangan produktivitas dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas (Lusiana, dkk. 2021).

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada transformasi pemasaran ubi Cilembu telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas UMKM Ma Utik di Desa Cilembu, Sumedang. Tantangan utama yang dihadapi mitra, seperti keterbatasan strategi pemasaran, manajemen usaha yang kurang optimal, jaringan distribusi yang sempit, dan minimnya inovasi produk, telah berhasil diatasi melalui pendekatan sistematis yang melibatkan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi berkala.

Hasil program menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek, seperti pemanfaatan pemasaran digital yang meningkat dari 40% menjadi 80%, peningkatan keterampilan manajemen usaha dari 45% menjadi 85%, serta perluasan jaringan distribusi dari efektivitas 35% menjadi 75%. Selain itu, inovasi produk juga mengalami perkembangan dengan tingkat inovasi yang naik dari 30% menjadi 70%, yang berdampak pada peningkatan daya saing produk di pasar. Keberhasilan program ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendukung dalam menciptakan ekosistem usaha yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat dan dukungan yang konsisten, pemasaran ubi Cilembu dapat terus berkembang, tidak hanya di tingkat domestik tetapi juga dalam skala internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Lusiana, M., Haat, M. H. C., Saputra, J., Yuszila, M. Y., Muhammad, Z., & Bon, A. T. (2021). A review of green accounting, corporate social responsibility disclosure, financial performance and firm value literature. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 5622-5640. Retrieved from <https://ieomsociety.org/proceedings/2021>
- Marina, I., & Dinar, D. (2024). Household business transformation: application of digital marketing in increasing sales of agricultural products. *Water-Air-Soil for Sustainable Agriculture and People Well-being*, 180.
- Marina, I., Andayani, S. A., Rahma, A. O., & Harti, a. A. (2023). The Analysis Of Competitiveness Of Bok Choy Plant Agribusiness Development (Brassica rapa L) On Hydroponics Axis System. *Food and Agriculture on Social, Economic and Environmental Linkages*, 124.
- Marina, I., Andayani, S. A., Sumantri, K., & Wiranti, S. E. (2023). Review of Food Crop Leading Commodities: Analysis of Location and Economic Growth in Majalengka Regency. *Journal of Innovation and Research in Agriculture*, 2(2), 7-14.
- Marina, I., Ismail, A. Y., Andayani, S. A., Harti, A. O. R., Nugraha, D. R., Dinar, D., & Falahudin, A. (2023). Processing Toga Plants as an Effort to Improve Family Economy. *BERNAS: Journal of Community Service*, 4(1), 574-578.
- Marina, I., Sujadi, H., Andayani, S. A., Koswara, E., Harti, A. O. R., Fitria, A. N., ... & Purwanto, M. D. (2023). Efforts to Increase Access and Marketing of Medicinal Plant Products: Supporting Economic Sustainability and Farmer Family Welfare. *BERNAS: Journal of Community Service*, 4(4), 3383-3389.
- Marina, I., Sukmawati, D., Juliana, E., & Safa, Z. N. (2024). Market Dynamics of Strategic Food Commodities: Analysis of Price and Production Fluctuations. *Paspalum: Scientific Journal of Agriculture*, 12(1), 160-168.
- Priatna, D. K., & Roswinna, W. (2023). The Model of Digital Communication and Supply Chains For The Tourism Industry. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(3), 267-275.
- Priatna, D. K., Roswinna, W., & Anggraeni, A. F. (2024). Employee Performance and Communication on Perspective: Work Motivation and Compensation in Green Industry. *Evolutionary Studies In Imaginative Culture*, 428-436.
- Roswinna, W., Marina, I., Sukmawati, D., Priatna, D. K., Yulianti, M. L., Dasipah, E., ... & Dahtiar, A. (2024). Structured Planning for Strengthening Marketing and Distribution Capacity of Cilembu Sweet Potato Products. *Unram Journal of Community Service*, 5(2), 119-125.
- Roswinna, W., Yulianti, M. L., & Lasminingrat, A. (2023). The Model of Timeliness of Financial Reporting: the effect of Earnings Management and Firm Values. *Greenation International Journal of Economics and Accounting (GIJEA)*, 1(3), 309-319.
- Roswinna, W., Yulianti, M. L., Suharyono, O., Noviana, A., Kusumawaardani, A., Putri, K. P., & Pertiwi, R. D. (2023). Banking Company Stock Price Model. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 2(1), 16-23.
- Sukmawati, D., & Suryaman, S. (2024). Product And Management Excellence As Majoar Determinants Of Production: Implications For Rice Farming Income Of Mentik Susu Variety. *Water-Air-Soil for Sustainable Agriculture and People Well-being*, 48.
- Sukmawati, D., Dasipah, E., & Nurdin, A. (2023). Changes in Subsidized Fertilizer Policy on Factors of Production and Farm Income of Red Chili (*Capsicum Annuum* L) in Cianjur Regency. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(3), 246-252.
- Sukmawati, D., Nataliningsi, N., & Kusnadi, K. (2024). Evaluasi Faktor-faktor Sosial dan Ekonomi dalam Keputusan Petani Milenial. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(3), 186-196.

- Yulianti, M. L. (2023). Pengaruh pengelolaan lingkungan dan green accounting: Kinerja keuangan perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia. August 11, 2023. Retrieved from <https://repository.penerbitwidina.com/publications/563610/pengaruh-pengelolaan-lingkungan-dan-green-accounting-kinerja-keuangan-perusahaan>.
- Yulianti, M. L., Lasminingrat, A., Simamora, R. J., Rahmadi, K., Yuliani, T., Rosyani, R., & Ernawati, E. (2022). Distribusi Pemasaran Kecap Cap Jago Desa Cibenda Kabupaten Pangandaran. *Sadeli: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 36-42.
- Yulianti, M. L., Marditama, T., Harnani, N., Nurlaila, A., & Ariyanti, W. D. (2024). Capacity building for Ubi Cilembu roasted sweet potato small and medium enterprises (SMEs) community at Warung Salapan, Bandung, through accounting information system 'SI APIK' and 'Green Accounting' to support sustainable business. *Journal of Business and Economics Studies*, 8(1), May 2024. <http://engagement.fkdp.or.id/index.php/engagement/article/view/1652>
- Yulianti, M., Lasminingrat, A., & Setiadi, H. (2023). Green Accounting on Environmental Sustainability Through Waste Management in Msmes Industry Centre Tahu Cibuntu. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 16(1), 1-6.
- Yulianti, M. L., Putri, L. S. H. S., Kurnia, E., Prayoga, H., & Subarkah, Y. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Tas Dan Ransel Desa Margahayu Kabupaten Bandung. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 6577-6580.