

REBRANDING KERIPIK GADUNG DESA TOMO “KRIGATO” SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP) DARI KECAMATAN TOMO SUMEDANG

Danu Dwi Sanjoyo^{1*}, Silvy Kartikasari², Septiana Dwika Pangestu³, Kandi Amira Rizki Mufidah⁴, Aulia Fadhila Ramadhani⁵, Alvino Tunjung Bagaskara⁶ dan Muhammad Raihan Aufa Gunardi⁷

^{1,3} Program Studi Teknik Telekomunikasi, Fakultas Teknik Elektro, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

² Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Sali Al-Aitaam, Jl. Ciganitri, Bandung 40287, Indonesia

^{4,5} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sosial, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

⁶ Program Studi Teknologi Telekomunikasi, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

⁷ Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

*E-mail: danudwj@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Desa Tomo merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang. Desa Tomo memiliki potensi sumber daya alam yang beragam, di antaranya adalah tanaman gadung. Tanaman ini secara natural mengandung racun yang mengakibatkan pusing dan muntah, tetapi dengan pengolahan yang tepat, tanaman ini dapat diolah menjadi keripik gadung yang dapat dikonsumsi sehari-hari. Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Desa Tomo memiliki rumah produksi keripik gadung yang pemasarannya masih dalam ruang lingkup daerah, sehingga pendapatan dari penjualan keripik ini masih kecil. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) kali ini bertujuan untuk melakukan rebranding produk keripik gadung yang dihasilkan oleh KUBE Desa Tomo, yang dinamakan “KRIGATO”, yang merupakan singkatan dari Keripik Gadung Desa Tomo. Tim membuat desain kemasan yang merepresentasikan produk, sekaligus identitas Desa Tomo. Selain itu, tim PkM kami juga berusaha agar produk Krigato mendapatkan sertifikasi halal dan melakukan pemasaran melalui *e-commerce*, untuk menunjang proses pemasaran dan penjualan. Pada artikel ini, kami laporkan dampak rebranding terhadap jumlah penjualan dan respon masyarakat terhadap program PkM kali ini. Kami lengkapi artikel ini dengan rencana keberlanjutan program ini.

Kata Kunci: *keripik gadung, Desa Tomo, rebranding, produk unggulan desa*

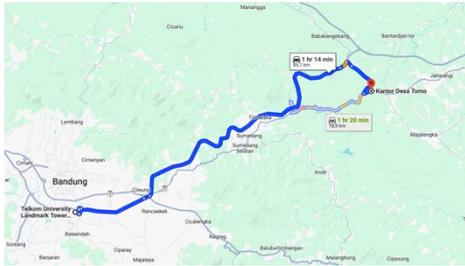
1. Pendahuluan

Pada 19 Februari s.d. 15 Juni 2024, Universitas Telkom mengikuti program Perguruan Tinggi Mandiri Gotong Royong Membangun Desa (PTMGRMD) yang diselenggarakan oleh LLDIKTI-IV dengan bersinergi dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang untuk menyelesaikan suatu permasalahan-permasalahan masyarakat, serta membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tim PkM penulis ditempatkan di Desa Tomo, Kecamatan Tomo, Kabupaten Sumedang Bersama dengan tim PkM dari Universitas Sali Al-Aaitam (Redaksi, 2024). PTMGRMD yang bertajuk Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) kali ini mendapatkan tugas dengan lima *Key Performance Indicator* (KPI), yaitu *Zero New Stunting*, *One Village One Product* (OVOP), *One Village One Innovation* (OVOI), Literasi masyarakat miskin ekstrim, serta peningkatan dan penguatan Pusat Kesejahteraan Sosial (Puskesmas). Pada artikel ini, fokus kami

adalah pada kegiatan PkM terkait OVOP, yaitu rebranding produk keripik gadung desa Tomo “KRIGATO” (Febrianti et al., 2023).

Desa Tomo merupakan sebuah desa yang berada di wilayah Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang (“Tomo, Sumedang,” 2023). Lokasinya terletak di bagian utara di wilayah kecamatan Tomo dan berbatasan langsung dengan Kecamatan Ujungjaya. Wilayah Desa Tomo juga mencakup pusat pemerintahan Kecamatan Tomo, sehingga jaraknya tidak terlalu jauh dengan kisaran sekitar 300 meter ke arah timur. Secara geografis, wilayah Desa Tomo dibatasi dengan wilayah-wilayah sebagai berikut: Desa Pelabuhan Kecamatan Ujungjaya di sebelah utara, Desa Tolengas di sebelah timur, Desa Marongge dan Desa Karyamukti di sebelah selatan, serta Desa Karyamukti dan Desa Ujungjaya Kecamatan Ujungjaya di sebelah utara. Secara administratif wilayah Desa Tomo terbagi ke dalam tiga dusun, yaitu Dusun Tomo, Dusun Cijelag, dan Dusun Cikalong. Dari Gambar 1 terlihat bahwa lokasi

Desa Tomo berjarak sekitar 85 km dari kampus Universitas Telkom, yang dapat ditempuh melalui perjalanan darat selama lebih dari satu jam.



Gambar 1. Peta lokasi Desa Tomo

Potensi yang dimiliki desa Tomo meliputi sumber daya alam dan sumber daya manusianya. Mayoritas penduduk desa Tomo bekerja sebagai petani, baik di sawah maupun kebun. Mereka memiliki kebiasaan gotong royong yang kuat, di mana mereka saling membantu dalam kegiatan sehari-hari seperti penanaman padi, panen, dan juga dalam kegiatan kebersihan desa. Di antara beberapa potensi sumber daya alam yang dimiliki desa Tomo, penulis mengangkat tanaman gadung yang diolah menjadi keripik sebagai objek dalam kegiatan PkM kali ini. Penulis melihat bahwa desa Tomo dapat mengolah gadung yang mengandung senyawa beracun, seperti alkaloid dioscorin, saponin, dan zat tanin, menjadi makanan ringan yang aman dikonsumsi (Fauzi et al., 2023). Di sisi lain, pemasaran produk keripik gadung desa Tomo masih sangat kurang dan hanya meliputi wilayah lokal desa saja.

Dengan mengangkat permasalahan tersebut, penulis berupaya meningkatkan nilai tambah dan keberlanjutan pertanian Desa Tomo, sehingga muncul gagasan untuk rebranding keripik gadung desa Tomo “KRIGATO” dan menjadikannya sebagai produk OVOP yang dimiliki desa Tomo (Rauf et al., 2023). Proyek ini bertujuan untuk mengembangkan pemasaran produk keripik gadung, sehingga memberikan dampak positif pada ekonomi lokal masyarakat desa Tomo. Produk KRIGATO memiliki potensi pasar yang besar, baik di tingkat lokal maupun regional. Selain itu, program ini juga dapat meningkatkan citra dan daya tarik produk lokal, dan memberikan kontribusi positif pada perekonomian desa, serta menciptakan model pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.

2. Metodologi

Program rebranding KRIGATO yang telah kami laksanakan dibagi ke dalam lima tahap secara keseluruhan, yaitu Identifikasi kebutuhan masyarakat, Perencanaan program kegiatan kelompok, Pelaksanaan kegiatan, Inisiasi kemitraan yang berkelanjutan, dan Pengorganisasian masyarakat. Setiap tahap

memiliki kegiatan dan tujuan masing-masing, yang akan dijelaskan sebagai berikut.

I. Identifikasi Kebutuhan Masyarakat

Tahap ini dilakukan dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara masyarakat secara langsung. Tujuan dari tahap ini adalah menemukan permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat, berdasarkan potensi yang dimilikinya. Dari tahap ini pula, kami menemukan bahwa dari potensi produksi keripik gadung yang ada di desa Tomo, masyarakat terkendala dengan desain kemasan, nilai tambah, dan pemasarannya.

II. Perencanaan Program Kegiatan Kelompok

Keripik gadung berpotensi menjadi produk OVOP di desa Tomo, yang merupakan salah satu oleh-oleh dari wilayah Kecamatan Tomo. Namun, karena belum memiliki “brand” dan masih menggunakan kemasan biasa, banyak masyarakat luar desa Tomo yang belum mengenal produk keripik gadung tersebut. Oleh karena itu, direncanakan beberapa solusi, yaitu:

- Pembuatan desain kemasan produk agar dapat menarik pelanggan lebih banyak (Gambar 2)
- Rebranding dari keripik gadung tanpa brand, menjadi KRIGATO yang merupakan akronim dari Keripik Gadung desa Tomo.
- Pembelian barang produksi agar dapat meningkatkan efisiensi produksi KRIGATO
- Produksi dan pemasaran Krigato batch 1-3, sebagai uji coba hasil rebranding
- Bazar UMKM untuk memasarkan KRIGATO secara offline



Gambar 2. Kemasan Produk Krigato

III. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pk Mini dilaksanakan dalam rentang waktu empat bulan, mulai dari akhir Februari sampai awal Juni. Kegiatan-

kegiatan yang telah kami laksanakan adalah sebagai berikut:

- Pembahasan proposal OVOP KRIGATO ke Kepala Kecamatan pada 28 Februari 2024
- Survei produksi rumahan keripik gadung di dusun Cicalong pada 2 Maret 2024 (Gambar 3)
- Koordinasi dengan Kepala Desa terkait proposal OVOP KRIGATO pada 4 Maret 2024
- Pembahasan proposal OVOP Bersama tim dan Pembimbing pada 5 Maret 2024
- Diskusi pembentukan KUBE Bersama Ketua RW 01 dusun Cicalong pada 6 Maret 2024 (Gambar 4)
- Penandatanganan Surat Keterangan OVOP KRIGATO oleh Kepala Desa Tomo pada 21 Maret 2024
- Sosialisasi Program OVOP KRIGATO pada 25 Maret 2024
- Kunjungan ke KUBE Gadung dusun Cicalong pada 29 Maret 2024
- Belanja Produksi KRIGATO Batch 1 pada 3 April 2024
- Produksi KRIGATO Batch 1 pada 4 April 2024 (Gambar 5)
- Pembuatan format Laporan Keuangan OVOP KRIGATO pada 7 April 2024
- Monitoring penjualan KRIGATO Batch 1 pada 23 April 2024
- Produksi KRIGATO Batch 2 pada 24 April 2024
- Bazar UMKM pada 21-22 Mei 2024 (Gambar 6)
- Desain dan unggah informasi KRIGATO beserta copywritingnya pada 23 Mei 2024
- Pembuatan Laporan Pertanggung Jawaban OVOP KRIGATO pada 29 Mei 2024

IV. Inisiasi Kemitraan yang Berkelanjutan

Untuk keberlanjutan program peningkatan pemasaran Krigato, kami juga melakukan berbagai upaya, yaitu:

- Penggalan produk unggulan desa kolaborasi dengan pihak Universitas Sali Al-Aiitaam
- Melakukan identifikasi produk unggulan desa kolaborasi dengan Bumdes Desa dan UMKM
- Penyusunan rencana aksi pengembangan potensi desa kolaborasi dengan Desa
- Produktifitas pemasaran secara offline kolaborasi dengan event bazaar UMKM

- Produktifitas branding pemasaran online melalui e-commerce dan akun Instagram serta whatsapp
- Pemberian peningkatan produktifitas produksi dan pemasaran kolaborasi dengan Bank BJB dan dinas UMKM Kab. Sumedang
- Gelar UMKM kec. Tomo kolaborasi dengan PJ UMKM Kec. Tomo

V. Pengorganisasian Masyarakat

Kami juga membentuk struktur kelompok produksi dan pemasaran OVOP Krigato di masyarakat desa Tomo demi keberlangsungan dan keberlanjutan program tersebut.



Gambar 3. Survei Rumah Produksi Krigato



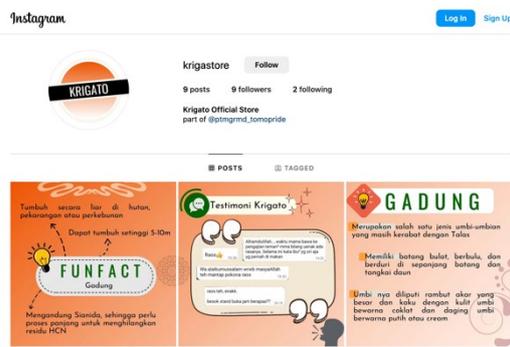
Gambar 4. Diskusi Pembentukan KUBE Bersama Ketua RW 01 dsn. Cicalong



Gambar 5. Produksi KRIGATO



Gambar 6. Bazar UMKM Krigato Kabupaten Sumedang



Gambar 7. Akun Instagram Krigato

3. Hasil dan Pembahasan

Program PkM yang kami lakukan tidak hanya terkait dengan rebranding dan pemasaran Krigato, tetapi juga kegiatan-kegiatan pengenalan brand dan desain baru Krigato yang dapat meningkatkan jumlah penjualan produk tersebut. Selain itu, kami juga mulai melakukan proses pendaftaran produk untuk memperoleh logo halal pada kemasannya. Tabel 1 memberikan keterangan detail terkait jumlah produksi dan penjualan pada setiap batch. Sebagai informasi, setiap bungkus Krigato dijual dengan harga 20.000/bungkus. Dari data table tersebut, dapat diketahui bahwa Harga Pokok

5. Referensi

Fauzi, I. N., Maghfiroh, A. L., Prihandoko, N. A., Maliah, S., Sylviana, A., Kartika, R. W. D., Puspitasari, N., & Asfianudin, R. (2023). *PENGOLAHAN UBI GADUNG BERACUN MENJADI KERIPIK YANG BERNILAI JUAL TINGGI DI DESA SUMINGKIR, KABUPATEN CILACAP*. 2(2).

Febrianti, D., Arif, S., Fitriyah, R. N., Purwanti, L., Sari, V. N. I., & Akhyar, Z. A. (2023). Rebranding UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan Brand Awareness dari UMKM Keripik Gadung. *Nusantara Community Empowerment Review*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.55732/ncer.v1i1.735>

Produksi Krigato cukup kecil dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh, yaitu senilai Rp. 530.000,-. Hal ini karena kami belum menghitung ongkos jasa bagi masyarakat yang membantu dalam proses produksi. Untuk selanjutnya, dana tersebut dikelola oleh KUBE untuk proses produksi secara berkelanjutan.

Tabel 1. Jumlah produksi dan penjualan Krigato

Batch	Jumlah terjual /produksi	Rupiah pemasukan	Rupiah keuntungan
1	101/102	2.020.000	1.850.000
2	11/11	220.000	100.000
3	82/82	1.640.000	1.400.000
Jumlah		3.880.000	3.350.000

Selain melakukan pengenalan dan pemasaran produk secara offline, tim PkM kami juga melakukan promosi produk Krigato melalui media sosial, yaitu pembuatan akun Krigato di Instagram (Gambar 7). Kami juga membantu memberikan informasi terkait pembuatan sertifikat produk dan sertifikat halal.

4. Kesimpulan

Dalam program OVOP, desa Tomo memiliki unggulan yaitu produksi Kripik Gadung yang kami rebranding menjadi KRIGATO (Kripik Gadung Tomo). Program PkM ini dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat produsen Krigato mengenai desain produk dan pemasaran massal melalui media social. Kami memberikan beberapa inovasi sebagai nilai tambah produk, yaitu pembuatan design kemasan yang menarik dan pembuatan akun di Instagram, selain melakukan pengenalan dan penjualan produk pada kegiatan bazar di tingkat Kabupaten.

Untuk keberlanjutan program ini, diperlukan sinergi dari beberapa instansi, yaitu masyarakat desa Tomo, akademisi, para pelaku bisnis, serta pemerintah daerah.

Rauf, R., Prayuda, R., & Munaf, Y. (2023). Model of Government Development for MSMEs Through One Village One Product (OVOP) Concept by the Cooperatives and MSMEs Office in Rokan Hilir Regencym. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(2), 635–640. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180234>

Redaksi. (2024, March 13). *Pemkab Sumedang Membantu Siapkan Posko KKN Tematik*. *korsum.id*. <https://www.korsum.id/pemkab-sumedang-membantu-siapkan-posko-kkn-tematik/>

Tomo, Sumedang. (2023). In *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*. https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Tomo,_Sumedang&oldid=22926404