
**Pelatihan Pembuatan Tepung Mokaf dan Digital Marketing pada PKK Desa
Johowinong Mojoagung Jombang.**

Purbowo¹, Miftachul Chusnah^{2*}, Umi Latifah³, Liweul Wilayah⁴, Bramantio Aris Ade S.⁵,

1 Agribisnis Universitas K.H.A. Wahab Hasbullah

2 Teknologi Hasil Pertanian Universitas K.H.A. Wahab Hasbullah

3 Manajemen Universitas K.H.A. Wahab Hasbullah

4. Manajemen Universitas K.H.A. Wahab Hasbullah

5. Manajemen Universitas K.H.A. Wahab Hasbullah

*Email: chusnah@unwaha.ac.id

ABSTRACT

The aim of this community service activity is to be able to utilize the potential of cassava as a raw material for mocaf flour and the village community can understand effective and creative digital marketing strategies. This activity was carried out at the Johowining Mojoagung Jombang Village Hall with the target audience being Mrs. PKK, Johowinong village. The method for implementing this service activity is Community Based Research, namely the resource person's explanation to partners. The method used in this activity is a meeting or face-to-face meeting between the resource person and the partner. Through this service, PKK mothers in Johowinong village know about the use of cassava as an ingredient in making mocaf flour so they can increase the economic value of cassava and understand the diversification of processed products. The Johowinong village PKK mothers also understand digital marketing methods in marketing mocaf flour. Digital marketing has had a good impact on PKK mothers in Johowinong village for a wider marketing reach. By marketing products through e-commerce, you will be able to increase sales and income if used properly. The implementation of activities is participatory, where the proposing group and partners are jointly active in each activity. The stages of implementing the activity are initial coordination and permission to carry out digital marketing seminars and training on making mocaf flour to resource persons. Implementation of making mocaf flour by PKK women. Community Service Activities ran successfully, smoothly, and according to expectations. From observations, the Johowinong Village PKK mothers knew that cassava could be used as a basic ingredient for mocaf flour and could easily be marketed via digital platforms. From the results of interviews, PKK mothers from Johowinong village felt helped by the digital marketing seminar and training in making mocaf flour.

Keywords: Mokaf Flour, Marketing, Digital Marketing, Training.

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk dapat memanfaatkan potensi singkong sebagai bahan baku tepung mocaf dan masyarakat desa bisa memahami strategi pemasaran digital yang efektif dan kreatif. Pelaksanaan kegiatan ini di Balai desa Johowining Mojoagung Jombang dengan khalayak sasaran Ibu PKK desa Johowinong. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dengan Community Based Research yaitu penjelasan Narasumber kepada mitra. Metode yang dipakai pada kegiatan ini adalah pertemuan atau tatap muka antara narasumber dengan mitra. Melalui Pengabdian ini para Ibu PKK desa Johowinong mengetahui tentang pemanfaatan singkong sebagai bahan pembuatan tepung mocaf sehingga bisa menambah nilai ekonomis singkong dan memahami diversifikasi produk olahan. Para Ibu PKK desa Johowinong juga memahami metode digital marketing dalam memasarkan tepung mocaf. Digital marketing memiliki dampak yang baik bagi Ibu PKK desa Johowinong untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas. Dengan memasarkan produk melalui e-commerce, akan dapat menambah penjualan dan pendapatan jika digunakan dengan sebaik-baiknya. Pelaksanaan kegiatan bersifat partisipatori, dimana kelompok pengusul dan mitra bersama-sama aktif dalam setiap kegiatan. Tahapan pelaksanaan kegiatan adalah Koordinasi awal dan izin pelaksanaan seminar digital marketing dan pelatihan pembuatan tepung mokaf kepada Narasumber. Pelaksanaan pembuatan tepung mocaf oleh

ibu PKK. Kegiatan Pengabdian Masyarakat, berjalan sukses, lancar, serta sesuai dengan apa yang diharapkan. Dari hasil observasi, para Ibu PKK Desa Johowinong mengetahui bahwa singkong dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar tepung mocaf serta dapat dengan mudah di pasarkan melalui platform digital. Dari hasil wawancara para Ibu PKK desa Johowinong merasa terbantu dengan adanya seminar digital marketing dan pelatihan pembuatan tepung mocaf.

Kata Kunci: *Tepung Mocaf, Pemasaran, Digital Marketing, Pelatihan.*

PENDAHULUAN

Desa Johowinong memiliki lahan pertanian yang luas dan kondisi iklim yang cocok untuk pertumbuhan singkong. Tanah subur dan curah hujan yang cukup membuat pertanian singkong menjadi salah satu pilihan utama bagi penduduk desa. Budaya pertanian singkong telah lama diterapkan di desa ini. Petani memiliki pengalaman dalam mengelola tanaman singkong dan menjaga produktivitasnya.

Kurangnya kesadaran tentang pemanfaatan singkong sebagai bahan baku tepung mocaf di kalangan Ibu PKK Johowinong merupakan salah satu permasalahan krusial dalam pengembangan potensi ekonomi lokal. Banyak dari Ibu PKK Johowinong masih belum memahami potensi nilai tambah yang dapat dihasilkan dari pengolahan singkong menjadi tepung mocaf. Keterbatasan pengetahuan tentang manfaat kesehatan dan variasi produk yang dapat dihasilkan dari tepung mocaf juga membatasi daya saing produk di pasar. Tepung Mocaf (Modified Cassava Flour) dalam bahasa Indonesia disebut Tepung Singkong Dimodifikasi, dikatakan sebagai Proses Modifikasi sebab pada pembuatan Mocaf dilakukan proses khusus yang disebut dengan fermentasi atau Pereraman yang melibatkan jasa mikrobial atau enzim tertentu, sehingga selama proses fermentasi berlangsung terjadi perubahan yang luar biasa dalam masa ubi baik dari aspek perubahan fisik, kimiawi, dan mikrobiologis serta inderawi (Sunarsi et al., 2011). Tepung mocaf memiliki prospek pengembangan yang bagus. Hal ini dapat dilihat dari ketersediaan bahan baku yang melimpah, sehingga sangat kecil kemungkinan terjadi kelangkaan bahan baku. Tepung mocaf dapat digunakan sebagai food ingredient dengan penggunaan yang sangat luas sebagai bahan baku, baik substitusi maupun seluruhnya salah satunya pada produk bakeri mulai dari biskuit, cake sampai roti tawar. Secara teknis pun, proses pembuatan mie tidak mengalami kendala yang berarti jika mocaf digunakan untuk mensubstitusi terigu (Adry, 2013).

Selain itu, masalah pemasaran digital turut memengaruhi upaya promosi produk tepung mocaf. Banyak Ibu PKK Johowinong masih belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam memanfaatkan *platform online* untuk memasarkan produknya. Kurangnya pemahaman dapat membuat PKK Johowinong ketinggalan dalam mencapai pasar yang lebih luas dan memanfaatkan tren konsumen yang semakin cenderung berbelanja secara *online*. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan dan dukungan dalam hal pemasaran digital kepada Ibu PKK Johowinong guna membantu untuk meningkatkan visibilitas produk dan mengatasi kendala tersebut. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing (Jannatin et al., 2020).

Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan akses dan pengetahuan terkait teknologi di kalangan Ibu PKK Johowinong. Banyak dari Ibu PKK Johowinong mungkin tidak memiliki akses yang memadai ke perangkat seperti komputer atau *smartphone*, dan bahkan jika Ibu PKK memiliki perangkat tersebut, Ibu PKK mungkin tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk memanfaatkannya secara efektif dalam pemasaran produk mocaf. Hal ini menghambat kemampuan Ibu PKK untuk mencapai pasar yang lebih luas melalui *platform* digital.

Selain itu, kurangnya dukungan teknis dan pelatihan yang mencakup pemasaran digital juga menjadi hambatan. Ibu PKK Johowinong mungkin membutuhkan bimbingan dan pendampingan dalam hal penggunaan media sosial, pembuatan situs *web*, dan strategi pemasaran *online* yang efektif. mencobanya.

Terdapat tantangan baru yang dihadapi dalam dunia usaha karena terkait dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pola pemasaran dalam bisnis telah berubah dengan cepat. Keberadaan internet saat ini mengarah kegiatan komersial dimana pelanggan dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi. (Kurniawan & Asharudin, 2018). Internet telah mengubah cara organisasi menyusun diri, dan mengubah hubungan pelanggan dengan perusahaan. Penggunaan internet ini memungkinkan informasi mengalir bebas antara pembeli dan penjual, menghilangkan biaya dari proses bisnis dan meningkatkan pilihan pelanggan. (Rowan, 2002). Adopsi teknologi untuk pemasaran sangat penting untuk kelangsungan usaha kecil. (Alford & Page, 2015).

Secara keseluruhan, untuk mengatasi permasalahan ini, mitra perlu mengambil peran proaktif dalam memberikan pelatihan digital dan mendukung Ibu PKK Johowinong dalam memahami pemasaran *online*. Kolaborasi dengan pakar pemasaran digital dan lembaga pendidikan teknologi dapat membantu mengatasi kendala literasi digital dan meningkatkan kesadaran tentang manfaat singkong sebagai tepung mocaf.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini mendapat dukungan dari beberapa pihak salah satunya adalah lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LPPM) UNWAHA yang berkontribusi bersinergi terkait sumber daya manusia dengan pihak Fakultas dan Program Studi sesuai dengan kegiatan yang akan dilaksanakan. Kegiatan ini akan memperoleh kesuksesan dan kelancaran karena adanya kerjasama dengan pihak mitra (sasaran).

Penerapan kegiatan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan pada hari Senin tanggal 11 September 2023. Rangkaian aktivitas dilakukan dalam bentuk penjelasan dari Narasumber dan pelatihan pembuatan tepung mocaf.

Adapun pelaksanaan kegiatan ini bertempat di Balai Desa Johowinong Kecamatan Mojoagung. Kegiatan ini bersifat partisipatori, dimana selaku kelompok pengurus dan mitra bersama-sama aktif dalam setiap kegiatan.

Metode pendekatan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam program ini menggunakan metode *Community Based Research* yaitu penjelasan Narasumber kepada mitra. Pada kegiatan ini dilakukan pertemuan atau tatap muka antara narasumber dengan mitra yang bertempat di Desa Johowinong, dimana narasumber berperan penting dalam menjelaskan materi-materi mengenai *digital marketing* dan pembuatan tepung mocaf. Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi : Koordinasi awal dan izin pelaksanaan seminar digital marketing dan pelatihan pembuatan tepung mocaf kepada Bapak Purbowo, S.Agr., M.P., dan Ibu Miftachul Chusnah, S.Tp., M.P., mengadakan seminar digital marketing dan pelatihan pembuatan tepung mocaf, dan pelaksanaan pembuatan tepung mocaf oleh ibu-ibu PKK.

Adapun tahapan proses pembuatan tepung mokaf adalah :

- Ubi kayu varietas mentega dan putih yang akan dibuat tepung mocaf dikupas kulit luarnya.
- Ubi kayu dicuci menggunakan air bersih yang mengalir.
- Ubi kayu diperkecil menjadi chip singkong dengan cara pengirisan menggunakan slicer dengan ukuran 1,5-3 mm.
- Penimbangan bahan starter/ragi tape (*Saccharomyces cerevisiae*) untuk proses fermentasi pembuatan tepung mocaf sebanyak 5 g ragi tape : 1000 g singkong.
- Fermentasi yang dilakukan dengan cara perendaman singkong dan air (1:1) selama 24, jam
- Pengeringan dilakukan dengan sinar matahari selama 3 hari atau menggunakan oven/pengering sampai kering dengan tanda singkong bisa dipatahkan.
- Ubi kayu kering dilakukan penggilingan menggunakan blender atau mesin penggiling.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat pada Program Kerja di Bidang Ekonomi ini telah dilakukan pada 11 September 2023. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan antara lain:

- **Koordinasi dengan mitra**

Langkah awal Rancangan Program Kerja ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi dengan pihak tertentu dan mitra. Pertama, adalah ijin pelaksanaan kepada pihak Desa Johowinong yakni kepada Kepala Desa Johowinong Bapak Rojiun Heru Widodo. Setelah mendapatkan perijinan langkah selanjutnya yakni berkoordinasi dengan pihak mitra yang akan dituju, dalam hal ini yakni Ibu-ibu PKK Desa Johowinong.

- **Pelaksanaan Program**

Pelaksanaan program ini dikemas dalam bentuk Seminar dan Pelatihan. Kegiatan ini dilaksanakan untuk menambah pemahaman anggota PKK Desa Johowinong. Kegiatan ini diikuti oleh 10 peserta dari anggota PKK Desa Johowinong. Kegiatan Seminar dan Pelatihan ini bertempat di Aula Balai Desa Johowinong pada tanggal 11 September 2023. Narasumber dalam kajian ini adalah dosen Universitas KH. A. Wahab Hasbullah yaitu Purbowo, S.Agr., M.P., dan Miftachul Chusnah, S.Tp., M.P.



Gambar 1. Pemaparan Materi Digital Marketing



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab Materi Digital Marketing

Kegiatan ini disajikan dalam bentuk Seminar dan Pelatihan yang dilaksanakan dengan cara penyampaian materi mengenai digital marketing yang menggunakan metode presentasi dan tanya jawab serta praktek pembuatan tepung mocaf. Hal ini dilakukan agar peserta mampu memahami apa yang telah disampaikan dalam seminar dan pelatihan sehingga pemahaman peserta lebih mendalam.



Gambar 3 Pemaparan Materi Pelatihan Pembuatan Tepung Mocaf



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab Materi Pelatihan Pembuatan Tepung Mocaf



Gambar 5. Proses Pelatihan Pembuatan Tepung Mocaf

Pemahaman mengenai singkong yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar pembuatan tepung mocaf dan tambahan wawasan tentang pentingnya digital marketing, ini berpengaruh terhadap cara Ibu PKK dalam memperluas pemasaran dan menambah pendapatan dari produknya mampu bersaing, dan berkompeten.

PEMBAHASAN

Masalah pemasaran digital turut memengaruhi upaya promosi produk tepung mocaf. Banyak Ibu PKK Johowinong masih belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam memanfaatkan *platform online* untuk memasarkan produknya. Kurangnya pemahaman dapat membuat PKK Johowinong ketinggalan dalam mencapai pasar yang lebih luas dan memanfaatkan tren konsumen yang semakin cenderung berbelanja secara *online*. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan dan dukungan dalam hal pemasaran digital kepada Ibu PKK Johowinong guna membantu untuk meningkatkan visibilitas produk dan mengatasi kendala tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Hendarsyah (2020) bahwa Pemasaran digital merupakan ilmu dan seni mengeksplorasi, menciptakan dan memberikan nilai untuk memenuhi kebutuhan target pasar dengan keuntungan menggunakan Internet. pemanfaatan singkong sebagai tepung mocaf oleh Ibu PKK Johowinong, diperlukan upaya yang lebih besar dalam memberikan pelatihan, akses teknologi, dan dukungan teknis. Mendorong kolaborasi antara pihak-pihak yang berpengalaman dalam pemasaran digital dan ibu PKK Johowinong dapat menjadi langkah positif dalam mengatasi tantangan ini dan meningkatkan kesadaran serta keberhasilan pemasaran produk mocaf secara *online*.

Berdasarkan proses kegiatan pengabdian pada masyarakat yang sudah dilakukan yang sudah dicapai adalah pembuatan tepung Mocaf. Tepung Mocaf memiliki berbagai fungsi dan manfaat yang dapat sangat bermanfaat bagi ibu PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). Manfaat yang paling utama adalah untuk menambah sumber pendapatan serta dapat memberikan dukungan kepada pertanian lokal.

Tepung mocaf memiliki prospek pengembangan yang bagus. Hal ini dapat dilihat dari ketersediaan bahan baku yang melimpah, sehingga sangat kecil kemungkinan terjadi kelangkaan bahan baku. Tepung mocaf dapat digunakan sebagai food ingredient dengan penggunaan yang sangat luas sebagai bahan baku, baik substitusi maupun seluruhnya salah satunya pada produk bakeri mulai dari biskuit, cake sampai roti

tawar. Secara teknis pun, proses pembuatan mie tidak mengalami kendala yang berarti jika mocaf digunakan untuk mensubstitusi terigu (Adry, 2013). Proses pembuatan tepung mocaf meliputi pengupasan, penimbangan, pencucian, pemotongan, perendaman (fermentasi), pengeringan, penepungan, dan pengayakan. Proses fermentasi tepung mocaf ada beberapa cara, diantaranya proses fermentasi menggunakan stater, fermentasi menggunakan ragi tape, fermentasi menggunakan tepung mocaf, dan fermentasi alami. Menurut Subagio et al. (2008), proses fermentasi pada MOCAF mengakibatkan perubahan karakteristik pada tepung seperti meningkatnya nilai viskositas, kemampuan gelasi, daya rehidrasi, dan kemudahan melarut. Hal serupa juga diungkapkan oleh Aini et al. (2016) bahwa modifikasi tepung secara enzimatik menunjukkan perubahan sifat fisikokimia dan fungsional tepung.

kegiatan Seminar *Digital Marketing* dan Pelatihan Pembuatan Tepung Mocaf dapat dinyatakan berjalan dengan sukses, lancar, serta sesuai dengan apa yang diharapkan.

- Dari hasil observasi bahwa para Ibu PKK Desa Johowinong belum mengetahui bahwa singkong dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar tepung mocaf serta dapat dengan mudah di pasarkan melalui *platform* digital.
- Dari hasil wawancara para Ibu PKK Desa Johowinong merasa terbantu dengan adanya seminar *digital marketing* dan pelatihan pembuatan tepung mocaf.

Kegiatan ini berkelanjutan dengan pendampingan untuk pembuatan Tepung Mocaf di desa Johowinong bagaimana program tepung mocaf akan terus dijalankan sehingga Desa Johowinong menjadi lebih produktif dan berkembang.

SIMPULAN

- Program ini memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan potensi ekonomi Ibu PKK dan desa Johowinong melalui diversifikasi produk, peningkatan pendapatan, dan pengurangan ketergantungan pada sumber daya ekonomi.
- Peserta pelatihan mendapatkan keterampilan baru dan pengetahuan yang dapat meningkatkan peran Ibu PKK dalam masyarakat Johowinong. Ini menciptakan dampak sosial positif dalam organisasi. Penggunaan tepung mocaf, yang kaya nutrisi, dalam produk-produk makanan dapat meningkatkan kualitas nutrisi masyarakat dan mendukung kesehatan.
- Pengetahuan digital marketing membuka peluang bisnis online bagi peserta seminar digital marketing dan pelatihan tepung mocaf, yang dapat membantu Ibu PKK Johowinong mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk.

DAFTAR RUJUKAN

- Aini, N., Wijonarko, G., dan Sustriawan, B. 2016. Sifat fisik, kimia, dan fungsional tepung jagung yang diproses melalui fermentasi. *Agritech*, 36 (2): 160-169.
- Adry N. 2013. Tepung MOCAF (Modified Cassava Flour) Sebagai Produk Ketahanan Pangan Masa Depan. Diakses tanggal 9 Juli 2018 <http://distan.riau.go.id/index.php/component/content/article/54teknologi/329-tepung-MOCAF-produk-ketahanan-pangan-masa-depan>.
- Alford, P & Page, S.J (2015) Marketing technology for adoption by small business. *The Service Industries Journal*, 2015 Vol. 35, Nos. 11–12, 655–669
- Jannatin, R., Wardhana2, M. W., Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (2020). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm*.
- Kurniawan, A & Asharudin, M (2018). Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* Volume 1, Number 2, December 2018.
- Rowan, W. (2002) *Digital Marketing : Using New Technologies to Get Closer to Your Customers*. London : Kogan Page.
- Subagio, Achmad. 2009. Modified Cassava Flour Sebuah Masa Depan Ketahanan Pangan Nasional berbasis Lokal. Jember :FTP Universitas Jember.
- Sunarsi, S., Sugeng, M., Wahyuni, S., & Ratnaningsih, W. (2011). *Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2011 Memanfaatkan Singkong Menjadi Tepung Mocaf Untuk Pemberdayaan Masyarakat Sumberejo*