

PENDAMPINGAN PEMBUATAN KERIPIK SINGKONG PEDAS PADA IBU-IBU PKK PEKON KEPUTRAN

Suyono¹, Even Riyadi², Keni Puspita Sari³, Wulandari⁴

¹Program Studi Manajemen Informatika, STMIK Pringsewu, Lampung

^{2,3,4}Program Studi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung

Jl. Wisma Rini No. 09 pringsewu, Lampung, Indonesia

Telp. (0729) 22240 website: www.stmikpringsewu.ac.id

E-mail : evenriyadi98@gmail.com

Abstrak

Dalam sebuah usaha Inovasi, peningkatan produksi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan. Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. Namun masalah yang dihadapi oleh usaha ataupun industri kecil saat ini adalah pengelolaan industri dan pemasaran. Dengan pengabdian masyarakat terkait pendampingan UKM pada jenis makanan tradisional keripik singkong diharapkan dapat memberikan solusi dalam peningkatan kesejahteraan UKM. Program pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah dengan inovasi untuk peningkatan produksi dengan pendekatan manajemen dan perluasan pemasaran pada sosial media serta pasar modern. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Keripik Singkong terletak di Desa Keputran Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu. UKM ini bergerak dibidang kuliner yaitu mengolah makanan ringan keripik singkong dengan beraneka rasa diantaranya adalah kripik singkong pedas, gurih, balado, dan rasa originalnya. Pemesanan keripik singkong yang ada di UKM ini hanya dilakukan melalui komunikasi dari mulut ke mulut, sehingga pemesanan masih dalam lingkup kecil. Hal ini menjadi kendala dari UKM ini karena hanya di daerah sekitar Kabupaten Pringsewu saja. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pengumpulan data kegiatan dengan menggunakan metode Observasi dan pustaka. Kemudian Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah pendampingan dan pelatihan pembuatan serta pemasaran melalui internet atau media social lainnya yang dapat memperluas jangkauan pasar dan efektif. dalam pemesanan produk, sehingga tidak hanya di wilayah Kabupaten Pringsewu saja tetapi dapat juga di luar wilayah Kabupaten Pringsewu.

Kata Kunci: Kripik Singkong, Produksi, Pemasaran, UKM Keputraan

Abstract

In an innovation business, increasing production and marketing is very important in the progress of a company. Small and Medium Enterprises (SMEs) are the most strategic national economic sector and involve the lives of many people so that it becomes the backbone of the National economy. But the problem faced by businesses or small industries today is industrial management and marketing. With community service related to assisting SMEs on traditional types of cassava chips, it is hoped that they can provide

solutions to improve SMEs welfare. The community service program carried out is by innovating to increase production with a management approach and expanding marketing on social media and modern markets. Small and Medium Enterprises (UKM) Cassava Chips are located in Keputran Village, Sukoharjo District, Pringsewu Regency. This UKM is engaged in the culinary field, namely processing cassava chips snacks with a variety of flavors including spicy, savory, balado, and original flavors. Ordering cassava chips in UKM is only done through word of mouth, so the order is still small in scope. This is an obstacle for this UKM because it is only in the area around Pringsewu Regency. The method used in this service activity is the collection of activity data using observation and references methods. Then the result of this service activity is assistance and training in making and marketing via the internet or other social media that can expand market reach and be effective. in ordering products, so that it is not only in the Pringsewu Regency area but also outside the Pringsewu Regency area.

Keywords: Cassava Chips, Production, Marketing, Keputraan SMEs

I. PENDAHULUAN

(Pringsewu, 2018) Secara geografis Desa Keputran terletak 10 km dari Kecamatan Sukoharjo atau 38 km dari Ibukota Kabupaten pringsewu dengan luas wilayah 216,8 h, yaitu 62 hayang merupakan daerah persawahan, 129 ha daerah peladangan dan 24 ha daerah pemukiman penduduk. Lahan peladangan merupakan daerah yangterluas dan menjadi penghasil terbesar di sektor perkebunan. Berdasarkan dataregistrasi penduduk tahun 2019, jumlah penduduk Desa keputran terdiri dari 2783 jiwa yang terdiri dari laki-laki 1468 dan perempuan 1315 jiwa. Laju pertumbuhan yang begitu cepat menjadikan pembangunan pemukiman penduduk Desa keputran begitu pesat mayoritas bersuku jawa dan beragama islam dengan bermata pencaharian sebagai petani, dan sebagian penduduk lainnya bermata pencaharian sebagai buruh/swasta, pegawai negeri, pedagang, peternak, montir, dan industri kecil rumahan.

Pengabdian kepada Masyarakat STMIK Pringsewu diselenggarakan sebagai salah satu kegiatan pengabdian dan subangsih keilmuan terhadap masyarakat, dimana setiap Dosen dan mahasiswa dituntut untuk berperan aktif terhadap kegiatan-kegiatan yang ada disekitar masyarakat. Dosen dan Mahasiswa diharapkan dapat beradaptasi dan dapat menjalin kerja sama yang baik dengan seluruh lapisan masyarakat. Selain itu mahasiswa yang terlibat dalam PkM diharapkan dapat membantu warga masyarakat sesuai dengan keahlian dan keterampilan yang dimiliki, serta diharapkan dapat menerapkan ilmu yang telah didapat ke dalam bentuk program kerja kegiatan yang bertujuan untuk membantu masyarakat sesuai dengan masalah yang timbul.

Kegiatan PkM dilaksanakan selama empat bulan oleh Tim PkM yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa STMIK Pringsewu. Pelaksanaan PkM merupakan sarana yang memfasilitasi Dosen dan Mahasiswa dalam menerapkan teoriteori

dan produk hasil penelitian Dosen dan Mahasiswa dalam bentuk program pemberdayaan kegiatan masyarakat yang terletak di desa-desa atau pinggiran kota. Desa keputran merupakan salah satu lokasi sasaran kegiatan program PkM. memiliki Usaha Kecil Menengah (UKM) melalui PkM kami berusaha membangkitkan kesadaran masyarakat Desa keputran untuk memulai memberdayakan Usaha Kecil Menengah (UKM) seperti usaha Kripik Singkong Pedas. Keripik singkong adalah salah satu jenis makanan ringan yang banyak disukai oleh konsumen. Harganya yang murah dan rasanya yang renyah membuat banyak orang menjadikannya sebagai alternative ketika waktu santai bersama keluarga atau rekan-rekan. Seiring dengan banyaknya permintaan konsumen, maka keripik singkong mulai tersedia berbagai rasa. Misalnya rasa pedas dengan beberapa tingkatan levelnya. Meskipun bukan barang baru bagi masyarakat, keripik singkong sudah mengalami banyak perkembangan dalam hal rasa pedasnya.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Singkong

(Wahyu, 2009) Singkong memiliki nama latin *manihot esculenta* adalah tanaman jenis umbi akar atau akar pohon yang panjang dengan fisik rata-rata memiliki garis ditengah sekitar 2 sampai 3 cm dan panjang 50 sampai 80 cm, tergantung dari jenis varietas singkong yang dibudidayakan.

Pada daging umbinya memiliki warna putih atau kekuning-kuningan. ubi kayu atau yang lebih sering disebut dengan Singkong atau ketela pohon, adalah tanaman tahunan tropika dan subtropika dari family *Euphorbiaceae*. Umbi singkong terkenal secara luas sebagai makanan pokok penghasil karbohidrat serta daunnya bermanfaat sebagai sayuran. Singkong adalah tanaman yang dapat dimanfaatkan sebagai obat herbal selain sebagai sayuran dan makanan yakni sebagai obat penyakit rematik, demam, luka, rabun senja, beri-beri, bisul, diare, cacangan, disentri, sakit kepala, dan juga dapat meningkatkan stamina.

2.2 Keripik

(Praba Indariawati, Sapta Raharja, 2011) Keripik atau kripik adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian, buah-buahan, atau sayuran yang digoreng di dalam minyak nabati. Untuk menghasilkan rasa yang gurih dan renyah biasanya dicampur dengan adonan tepung yang diberi bumbu rempah tertentu.

1. Menurut Sulistyowti, (1999:1) keripik adalah makanan ringan (snack food) yang tergolong jenis makanan *creckers*.

2. Sementara itu Kristina, (1993:5) mengemukakan bahwa keripik ialah makanan yang bersia ringan, renyah (crispy), dan kandungan lemaknya tinggi. Sedangkan
3. Kamisah, (1997:311) mengatakan bahwa keripik adalah panganan dari irisan singkong dan sebagainya yang di keringkan lalu di goreng.

2.3 UKM (Usaha Kecil Menengah)

(Informasi, Teknokrat, Informasi, & Teknokrat, 2018; Utami, 2015) Usaha Kecil Menengah adalah Usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki orang perorangan dan/badan usaha perorangan dengan kriteria memiliki kekayaan bersih sebanyak-banyaknya Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) selain tanah bangunan dan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan pertahun sebanyak-banyaknya Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah), Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang mandiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria berikut: memiliki karyawan bersih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjual tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah). (Statistik, 2019) Badan pusat statistic nasional (BPS) memberikan definisi berdasarkan kuantitas tenaga kerja, usaha kecil merupakan ensitas usaha dengan jumlah tenaga kerja 5 sampai 19 orang. Usaha kecil merupakan usaha yang padat tenaga kerja, sehingga lebih besar peluangnya untuk menciptakan lebih banyak pekerjaan, Usaha menengah merupakan ensitas dengan jumlah tenaga kerja 20 sampai 99 orang.

III. METODE PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan dilakukan selama empat bulan yaitu 12 Januari 2020 - 15 Mei 2020. Yang diadakan dalam seminggu 2x agar ibu-ibu bisa semakin paham dengan langsung mempraktekannya secara langsung, kegiatan dilakukan di rumah Ibu Siti Aminah dan beberapa ibu-ibu PKK di Pekon Keputran, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pringsewu. Kegiatan yang dilakukan meliputi pemilihan barang baku, proses pembuatan Keripik Singkong Pedas, hingga pengemasan.

3.2 Alat Dan Bahan

Di Indonesia, singkong merupakan produksi hasil pertanian pangan ke dua terbesar setelah padi, sehingga singkong mempunyai potensi sebagai bahan baku yang penting bagi berbagai produk pangan dan industri (Koswara, 2013). Pertama-tama, anda harus mengetahui jenis singkong seperti apa yang Bagus kualitasnya. Untuk mendapatkan singkong yang kualitasnya terjamin dan harganya miring. Maka ada baiknya untuk langsung bekerjasama dengan petani singkongnya. Selain itu persiapkan juga peralatan dan perlengkapan yang akan dibutuhkan untuk memproduksi keripik singkong Pedas seperti mesin pengiris singkong atau pisau, alat untuk menggoreng, plastic kemasan, bumbu - bumbu seperti Cabai sesuai selera pedasnya dan bumbu - bumbu pelengkap lainnya.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam kegiatan ini yaitu kuantitatif, merupakan penelitian yang sistematis, terstruktur dari awal hingga akhir. Dalam hal ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan tentang komunikasi pemasaran dengan menggunakan strategi promosi dari orang ke orang dan juga melalui media social khususnya facebook untuk mengenalkan Produksi Keripik Singkong Pedas sebagai cemilan ringan yg sudah di olah menjadi makanan cemilan yang mampu bertahan lebih lama.

3.4 Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Dalam metode ini penulis pengumpulkan data melalui pengamatan dan pencatatan kegiatan yang dilakukan di tempat Ibu Siti Aminah.

2. Metode Pustaka

Pada tahap ini peneliti menggunakan metode pustaka yang berupa Internet dan media cetak, media Internet berupa jurnal, e-book, sedangkan media cetak berupa buku-buku materi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari pertama kegiatan dilaksanakan di rumah Ibu Aminah dan ibu-ibu PKK yang dilaksanakan selama empat bulan, diawal pertemuan hari pertama alhamdulillah antusias Ibu-ibu sangatlah besar jadi pada awal pertemuan saja udah ada sekitaran 10 orang, pada saat hari pertama pertemuan kita membahas dengan adanya pembuatan Keripik Singkong Pedas sangatlah alternatif untuk penghasilan tambahan.



Gambar 1. Proses Pembuatan Kripik Singkong

Kemudian pada pertemuan selanjutnya kita mempraktekan secara langsung pembuatan keripik singkong ini dengan awal kita menentukan bahan-bahan apa saja dan alat-alat yang diperlukan untuk membuat keripik singkong, dan atusias ibu-ibu semakin besar dan setiap harinya bertambah peserta, kita melakukan pedampingan selama 40 hari diadakan 2x pertemuan dalam seminggu, disini kita disetiap pertemuan bisa menghasilkan keripik singkong sebanyak 100 plastik, kemudian kita jual di masyarakat setempat, kita pasarkan atau tawarkan melalui sales - sales dan kita titipkan diwarung - warung kecil.



Gambar 2. Proses Pengemasan Kripik Singkong Pedas

Prospek bisnis keripik singkong pedas masih sangat terbuka lebar. Bahkan saat ini banyak konsumen yang menjadikan keripik singkong pedas sebagai buah tangan yang cocok bagi sanak saudara di luar kota. Sehingga tidak heran bila sekarang ini keripik masih menjadi pilihan alternatif bagi para masyarakat untuk dijadikan cemilan keluarga. Disamping prospeknya yang masih sangat bagus,

menjalankan bisnis keripik singkong pedas tidak membutuhkan modal yang terlalu besar. Kita bisa memulainya dengan skala rumah tangga, dan menggunakan perabot dapur di rumah kita sebagai sarana dan prasarana dalam memproduksi keripik singkong pedas. yang terpenting dalam proses produksi adalah menggunakan bahan baku berkualitas bagus dan mengasah keahlian dalam mengolah singkong, sehingga cita rasa yang dihasilkan juga benar-benar berkualitas.

4.2 Strategi Pemasaran

(Mukodimah, 2020) Strategi pemasaran yang di lakukan yaitu membranding produk sebagai salah satu keripik singkong dengan cita rasa yang super ekstra pedas. Dengan strategi tersebut, diharapkan bisa menimbulkan rasa penasaran bagi para konsumen, hingga pada akhirnya mereka mulai percaya untuk mencoba produk buatan rumahan. Selanjutnya untuk memperluas jangkauan pasar, yang dilakukan membuka sistem keagenan baik secara offline maupun online bagi para distributor makanan yang tertarik memasarkan produk keripik singkong Pedas ini. Cara ini terbilang efektif, karena selain tidak dibutuhkan tambahan biaya promosi, kita mendapatkan bantuan dari para agen untuk meningkatkan omset penjualan setiap bulannya.

Strategi promosi lainnya yang kita jalankan yaitu dengan cara pemasaran secara online. Website dan media sosial lainnya seperti facebook dan instagram dapat digunakan sebagai tempat promosi dan transaksi jual beli. Tim pengabdian masyarakat mendampingi mitra dalam menggunakan sosial media untuk memasarkan produknya. Mitra memerlukan pelatihan dan pendampingan secara terus menerus. Keterbatasan ibu-ibu mitra dalam menggunakan teknologi menyulitkan mitra dalam menjual produk secara *online*. Mitra terus berlatih untuk menggunakan sosial media untuk berjualan *online*.



Gamabar 3. Pendampingan Promosi Melalui Media Sosisal

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) tentang pembuatan Keripik Singkong rasa Pedas di Desa Keputran, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Strategi produksi UKM keripik singkong yaitu dengan cara bahan baku terbaik yang digunakan berasal dari petaninya langsung, tempat produksi berada disamping/belakang rumah produsen, penggunaan tenaga kerja yang memiliki ketrampilan dalam proses produksi keripik singkong, produsen ikut serta dalam kegiatan produksi keripik singkong, menciptakan inovasi dalam pengemasan produk dan penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik lebih untuk menarik konsumen.
2. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan produsen dalam memasarkan usahanya yaitu peningkatan pesanan diwaktu tertentu dibarengi dengan menunjukkan ciri khas produk /merek dagang serta pengembangan inovasi berbagai pilihan rasa yang ditawarkan; penyesuaian harga jual dengan harga bahan baku produksi, namun tetap mempertahankan kualitas agar selali diminati pelanggan, kerjasama petani dan pengepul dalam pendistribusian keripik singkong. Promosi dengan cara bekerjasama dengan dinas terkait dan agen yang menjualkan produk secara online, memanfaatkan peluang pemasaran yaitu kerja sama dengan angkatan kerja muda yang merantau keluar kota.
3. Strategi SDM (Tenaga Kerja) yang diterapkan dalam UKM keripik singkong yaitu sudah ada pembentukan kelompok UKM keripik singkong di desa Keputran namun tidak berjalan lancar; mengikuti dan memanfaatkan kesempatan pendidikan dan pelatihan dari pemerintah; pembagian tugas tenaga kerja memudahkan UKM keripik singkong ini.

5.2 Saran

1. Bagi pemerintah dan produsen sebaiknya bersama-sama terlebih dahulu memperbaiki SDM, kemudian pengembangan teknologi tanpa mengesampingkan pemasaran dan permodalan pada UKM Keripik singkong di desa Keputran Kecamatan Sukoharjo. Karena pada dasarnya antara SDM, teknologi, pemasaran dan permodalan merupakan faktor-faktor penting dalam suatu keberlangsungan usaha.
2. Para produsen lebih meningkatkan kegiatan promosi produk agar UKM keripik singkong dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat bersaing dengan industri sejenis dari daerah

- lain. Serta mempertahankan ciri khas, cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk.
3. Pemerintah lebih membantu dan mensosialisasikan dengan cara membuat merk dagang serta menciptakan inovasi dalam pengemasan produk, penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik yang tinggi agar tetap mampu bersaing dengan produk lain.
 4. Pemerintah daerah dan produsen lebih bekerjasama dan saling tukar informasi yang lebih dekat dan menyeluruh dalam melakukan pendidikan, dan pelatihan sehingga hasil produksi lanting mampu dikelola dengan lebih baik dan dapat mencapai pemasaran nasional dan internasional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan triakasih kami sampaikan kepada Institusi STMIK Pringsewu, Ibu Siti Aminah selaku pemilik UKM Keripik Singkong dan seluruh pelaku UKM Pekon Keputran yang telah memberikan izin serta dukungan terhadap pengabdian ini, tak lupa juga kami ucapkan banyak terimakasih kepada kepala pekon Keputran dan seluruh masyarakat.

REFERENSI

- Informasi, S., Teknokrat, U., Informasi, S., & Teknokrat, U. (2018). Sistem Informasi Daya Tarik Pembelian Produk UMKM Home Industri Berbasis WEB, (2013), 8-9.
- Koswara, S. (2013). *Teknologi Pengolahan Umbi-Umbian*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Mukodimah, F. R. I. S. (2020). Pendampingan Pemasaran Produk Hasil Home Industry Berbasis Media Sosial Dalam Upaya Memberdayakan Ibu Rumah Tangga Di Kabupaten Pringsewu. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 55-68.
- Praba Indariawati, Sapta Raharja, S. T. S. (2011). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong Perusahaan PT. Inti Sari Rasa di Bekasi. *Manajemen IKM*, 6(2), 99-104.
- Pringsewu, B. K. (2018). *Kabupaten Pringsewu Dalam Angka 2018*.
- Statistik, B. P. (2019). *Profil Industri Mikro dan Kecil Tahun 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Utami, V. W. S. L. R. (2015). Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir Kur

(Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 22(1), 11-25.

Wahyu, M. K. W. (2009). *Pemanfaatan Pati Singkong Sebagai Bahan Baku*.