

Prosiding Seminar Nasional Gelar Wicara
Volume 1, April 2023
Universitas Mataram, 23-24 Februari 2023

**UPAYA PENINGKATAN DAN PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK SINGKONG ,DESA
SUKARARA**

Muzammy A.I, Ilham Agung Satria P, Alma Amyrtha P, Baiq Altin Salsabila N, Putri Yunita,
Fairuz Abdul Majid, Elina Khairunnisa, Rizka Adenasyifa, Baiq Nadia Cahya K M, Lola Olpiana

Universitas Mataram

Alamat korespondensi: muzammy@gmail.com

Jalan Majapahit No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat

ABSTRAK

Desa Sukarara merupakan salah satu desa yang dikenal dengan produksi berbagai makanan ringan seperti keripik singkong, keripik ubi, kue kering, kue basah, dan kerajinan rotan. Berdasarkan survey yang telah dilakukan, pengemasan keripik singkong masih terbilang sederhana dan belum memenuhi standar BPOM. Selain itu, rasa keripik singkong kurang bervariasi. Sehingga kami melakukan pendampingan UMKM ini bertujuan untuk memberikan solusi, evaluasi serta perbaikan terhadap permasalahan yang ada di UMKM ini diantaranya cara pengemasan, pemasaran, serta inovasi rasa. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan adalah pendekatan dan berkoordinasi dengan pemilik dan karyawan Keripik Singkong yakni Mas Ilham, berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi mitra, sekaligus merencanakan kegiatan yang menunjukkan langkah-langkah solusi atas persoalan yang dihadapi, mahasiswa memberikan solusi sekaligus melakukan pengemasan, pemasaran dan inovasi rasa, mahasiswa melakukan survey melalui pengisian kuisioner kepuasan terhadap inovasi rasa, kemasan terbaru, dan sistem pemasaran dan pelatihan pengemasan, dan pemasaran produk melalui digital marketing kepada UMKM. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu metode deskriptif dengan menggunakan 2 cara pengambilan data yaitu observasi dan kuesioner. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran yang dikembangkan sangat baik. Selanjutnya, UMKM yang terkait telah menggunakan kemasan yang lebih menarik dan merupakan hasil dari kegiatan pengabdian melalui KKN ini.

Kata Kunci : Kewirausahaan, UMKM, Sukarara

PENDAHULUAN

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Lombok Timur Nomor 7 Tahun 1966, Desa Sukarara termasuk dalam pembentukan 10 Desa difinitif di Kabupaten Lombok Timur dengan luas wilayah 579.58 Ha yang sekarang ini terdiri dari sepuluh (10) wilayah kekadusan yaitu : Dusun Tangar, Dusun Sukarara Selatan, Dusun Sukarara Utara, Dusun Repok, Dusun Sukawangi, Dusun Asem, Dusun Sukarara, Dusun Gunung Awas, Dusun Kaliwangi, Dusun Jeropoto. Masyarakat di Desa Sukarara memiliki beragam bidang usaha yang digeluti, mulai dari petani, pedagang, buruh, dan lain sebagainya (Yunianti, 2018). Namun, kebanyakan masyarakat yang bertempat tinggal di desa tersebut berprofesi sebagai petani. Dari hasil survey yang telah dilakukan, rata-rata masyarakat yang tinggal di Desa Sukarara kebanyakan memiliki usaha seperti usaha pertanian seperti pengelolaan ubi dijadikan sebagai keripik dan sejenisnya. Usaha-usaha tersebut merupakan alternatif terdekat bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga ini sangat membantu dan bermanfaat bagi masyarakat yang ada disekitar daerah tersebut.

Melimpahnya hasil pertanian tersebut tentunya dimanfaatkan oleh wirausahawan dan

masyarakat Desa Sukarara untuk diolah menjadi berbagai macam produk yang tentunya memiliki peluang tinggi untuk diproduksi untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keberadaan wirausahawan di Desa Sukarara tentunya memiliki peranan penting untuk memajukan perekonomian desa dan masyarakat disana karena secara tidak langsung dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat disana untuk mampu meminimalisir pengangguran yang ada sehingga dapat menunjang perekonomian masyarakat Desa Sukarara kedepannya. Namun masih kurangnya pemasaran produk – produk yang ada dalam lingkup digital oleh wirausahawan yang ada membuat tidak banyaknya masyarakat luar yang mengetahui adanya produk – produk unggulan Desa Sukarara, sehingga berdasarkan permasalahan yang sedang dihadapi Desa Sukarara saat ini, maka kami mengusulkan program kerja yang akan dilakukan nantinya untuk membantu pemasaran digital masyarakat Desa Sukarara (Ardana, 2019).

Pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) diarahkan agar menjadi pelaku ekonomi yang makin berbasis iptek dan berdaya saing dengan produk impor, khususnya dalam menyediakan barang dan jasa kebutuhan masyarakat sehingga mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam perubahan struktural dan memperkuat perekonomian domestik. Pengembangan UMKM dilakukan melalui peningkatan kompetensi perkuatan wirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi dalam iklim usaha yang sehat. Perkembangan UMKM industri makanan di Desa Sukarara cukup baik. Tercatat ada 114 UMKM di Desa Sukarara sesuai data dari Desa Sukarara dan UMKM beberapa narasumber. Oleh karena itu, persaingan yang ketat terjadi antar usaha sejenis, sehingga menuntut UMKM untuk selalu meningkatkan kualitas dan membenahi manajemen khususnya penyediaan kemasan serta meningkatkan pemasaran agar bisa bertahan, bersaing dan berkembang dengan perusahaan yang lebih besar. Penelitian ini selanjutnya akan menganalisis terkait kepuasan konsumen terhadap inovasi kemasan pada UMKM di Desa Sukarara (Putri, 2017).

Salah satu UMKM industri makanan di Desa Sukarara adalah keripik singkong Itte. Usaha ini menggunakan bahan baku yang mudah didapatkan dan proses pembuatan yang sederhana. Usaha keripik singkong ini mempekerjakan warga sekitar tempat produksi sehingga hal ini mengurangi angka pengangguran warga di Desa Sukarara. Akan tetapi berdasarkan survey yang kami lakukan, penggunaan kemasan keripik singkong masih terbilang sederhana dan belum memenuhi standar BPOM. Selain itu, rasa keripik singkong kurang varian rasa, sehingga perlu adanya solusi berupa inovasi varian rasa, kemasan yang lebih menarik dan modern serta pemasaran yang luas. Selanjutnya dilakukan studi terbatas terkait penerimaan konsumen terhadap inovasi yang telah dilakukan.

METODE KEGIATAN

Adapun prosedur yang dikerjakan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut :

- 1) Pendekatan dan berkoordinasi dengan pemilik dan karyawan Keripik Singkong Itte.
- 2) Berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi mitra, sekaligus merencanakan kegiatan yang menunjukkan langkah-langkah solusi atas persoalan yang dihadapi.
- 3) Mahasiswa memberikan solusi sekaligus melakukan pengemasan, pemasaran dan inovasi rasa.
- 4) Mahasiswa melakukan survey melalui pengisian kuisioner kepuasan terhadap inovasi rasa, kemasan terbaru, dan sistem pemasaran.
- 5) Pelatihan pengemasan, dan pemasaran produk melalui digital marketing kepada UMKM.
- 6) Penyerahan peralatan dan hasil pemasaran yang disumbangkan kepada mitra yang terkait untuk mendukung pembuatan produk yang akan dilaksanakan kedepan.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Dusun Sukawangi Desa Sukarara. Kecamatan Sakra Barat Kabupaten Lombok Timur. Sebagian besar masyarakat di Dusun Sukawangi berprofesi sebagai pedagang. Khalayak sasaran adalah UMKM yang memproduksi Keripik Singkong Itte. yang berlokasi di Dusun Sukawangi. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Rasa, Pengemasan, serta Pemasaran Keripik Singkong Itte menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan 2 cara pengambilan data yaitu observasi dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dalam hal ini konsumen yang mengonsumsi Kripik Itte. Kuisisioner yaitu membuat pernyataan tertulis yang dibagikan kepada responden untuk

memperoleh sejumlah data tentang identitas dan penilaian responden terhadap inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran dari Keripik Singkong Itte. Responden adalah konsumen yang telah membeli produk Keripik Singkong Itte. Untuk metode kuisioner daftar pernyataan memiliki item sebagai variasi jawaban tiap variabel untuk pernyataan yang berhubungan dengan beberapa parameter uji organoleptic keripik, tanggapan terhadap kemasan dengan pernyataan yang diberi alternatif jawaban 3 kategori dengan skor 1-3 yaitu: a. Setuju (S), b. Cukup (C), c. Tidak Setuju (TS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya tarik kemasan sangat penting guna tertangkapnya stimulus oleh konsumen yang disampaikan oleh produsen. Bila konsumen telah tertarik atas produk tersebut diharapkan konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut. Menurut Wirya, Iwan (1999) daya tarik visual kemasan dapat digolongkan menjadi dua yaitu daya tarik visual dan daya tarik praktis. Daya tarik visual mengacu pada penampilan kemasan atau label suatu produk yang mencakup warna, bentuk, merek, ilustrasi, teks, tata letak. Warna biasanya dipakai untuk identifikasi produk sehingga produk dimaksud berbeda dengan produk-produk pesaing. Warna juga dipakai untuk menarik perhatian, warna yang terang atau yang cerah akan memantulkan cahaya lebih jauh dibanding warna gelap, sehingga konsumen diharapkan dapat lebih tertarik atas produk tersebut. Warna juga dipakai untuk meningkatkan selera dan sebagainya.

Langkah awal yang dilakukan adalah pendekatan dan berkoordinasi dengan pemilik dan karyawan Kripik yakni Ilham. Pendekatan tersebut dilakukan dengan cara sering berkunjung ke tempat produksi serta membantu kegiatan produksi. Setelah itu, mahasiswa berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Pemilik UMKM Keripik Singkong Mas Ilham. Dalam hal ini, masalah yang dihadapi berupa kemasan yang tidak sesuai standar, pemasaran yang tidak terlalu luas dan modern. Kemudian mahasiswa memberikan solusi dan pembaharuan berupa inovasi rasa yang baru yaitu varian rasa pedas manis, melakukan pengemasan serta pemasaran melalui digital marketing seperti Whatsapp, Shopee, Instagram, dan Facebook. Selanjutnya Mahasiswa melakukan survey melalui pengisian kuisioner kepuasan terhadap inovasi rasa, kemasan terbaru, dan sistem pemasaran. Sasaran kuisioner adalah konsumen yang telah membeli keripik singkong Mas Ilham. Setelah dilakukan analisis data dan mendapat hasil positif dari konsumen. Mahasiswa mengadakan pelatihan terkait pengemasan dan pemasaran guna menambah wawasan UMKM terkait pengemasan dan pemasaran. Kemudian mahasiswa menyerahkan peralatan dan hasil pemasaran yang disumbangkan kepada mitra yang terkait untuk mendukung pembuatan produk yang akan dilaksanakan kedepannya.

Pada awalnya, produk kripik singkong ini masih dikemas secara sederhana dan dipasarkan di daerah sekitar Kabupaten Lombok Timur. Kualitas rasa yang cukup baik, jika didukung oleh kemasan yang menarik dan informatif serta pemasaran yang luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Konsumen reguler meliputi warung dan konsumen perorangan yang membeli produk melalui pesanan secara berkala. Kelemahan dari desain kemasan ini adalah belum ada keterangan apapun tentang produk dan daya tahan produk yang masih lemah. Kemasan produk masih menggunakan bahan plastik sederhana dan transparan. Penggunaan kemasan biasa ini ternyata masih belum menarik minat pembeli.



Gambar 1.1 Dokumentasi program kerja utama

Pemasaran produk (marketing product) yang dilakukan Mahasiswa KKN Tematik Universitas Mataram. Hasil yang diperoleh dari uji kepuasan konsumen adalah respon masyarakat serta konsumen terhadap inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran yang dikembangkan melalui penilaian pada angket respon yang diisi melalui angket tertulis. Angket respon terdiri dari 5 aspek penilaian, yaitu harga, kemasan produk, varian rasa produk baru, pemasaran produk, dan kepuasan konsumen terhadap produk yang dituangkan dalam 15 butir pernyataan. Hasil penilaian dari 10 responden (konsumen) menggunakan indeks kepuasan dengan 5 aspek penilaian diperoleh tingkat kepuasan konsumen (%) dari seluruh aspek penilaian adalah 9 orang dari 10 orang yang menjadi responden menyukai keripik ini dari semua aspek penilaian. Sehingga diperoleh persentase kepuasan dari 10 responden menunjukkan bahwa inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran yang dikembangkan sangat baik karena persentase kepuasan berada pada angka 90%. Varian rasa keripik singkong terdiri dari 4 rasa yaitu original, balado, jagung manis, dan pedas manis. Adapun bagian yang dikembangkan yakni berfokus pada kemasan. Kemasan yang digunakan ini merupakan kemasan yang lebih kekinian dan dapat dibuka serta ditutup kembali sehingga keripik tetap renyah dan dapat menarik minat pembeli khususnya khalayak muda.



Gambar 1.2 Proses pengemasan produk

Pelatihan dan praktek pengemasan produk (packing product) yang dilakukan oleh Mahasiswa

KKN Tematik UNRAM bersama karyawan dan masyarakat sekitar di lokasi produksi kripik Itte.



Gambar 1.3 Produk kripik ITTE

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan.

1. Inovasi kemasan produk pada awalnya masih dikemas secara sederhana dan dipasarkan di daerah sekitar Kabupaten Lombok Timur. Kualitas rasa yang cukup baik, jika didukung oleh kemasan yang menarik dan informatif serta pemasaran yang luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Konsumen meliputi warung dan konsumen perorangan yang membeli produk melalui pesanan secara berkala.

2. Berdasarkan hasil uji kepuasan konsumen yang didapatkan dari 20 responden (konsumen) menggunakan 5 aspek penilaian diperoleh rata-rata tingkat kepuasan konsumen (%) dari seluruh aspek adalah 87,81%. Persentase rata-rata tersebut menunjukkan bahwa inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran yang dikembangkan sangat baik karena persentase kepuasan berada pada rentang $80\% \leq x \leq 100\%$.

3. Varian rasa kripik singkong terdiri dari 3 rasa yaitu balado, jagung manis, dan pedas manis. Varian terbaru yang dikembangkan yakni rasa pedas manis, varian ini merupakan inovasi yang di tinjau dari kebiasaan masyarakat Lombok mengonsumsi makanan pedas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, P.,A.,N., dkk. (2019). Peningkatan Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Mendukung Kerajinan Ketak Di Desa Sukarara, 3(1), 241-244.
- Putri, P., A., (2017). PKM Promosi Dan Penjualan Kerajinan Ketak Dan Produk UMKM Di Desa Sukarara Kecamatan Sakra, 2(9), 1-14.
- Rachma, R.,O., dkk. (2022). Pendampingan Proses Produksi, Penerapan Gmp (Good Manufacturing Practices) Serta Pendugaan Masa Simpan Kripik Pisang Agung Umkm Japa Desa Gadingkulon. Jurnal Budimas, 4(1), 10-20.
- Saputro A, Marchelia Nur Avirsa, Eka, Novita Sari Eka, Erlitasari, Nimas, Suyitno Imam, dan Hariri Afwan. (2019). Pengemasan Produk Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran.
- Yunianti, S., R., (2018). Keterhubungan Ruang Permukiman Tradisional Desa Sukarara Berlandaskan Nilai-Nilai Nyengsek Dan Begawe, 13(1), 81-93.
- <https://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/3851/1765>