

Pemberdayaan UMKM Melalui Produksi Keripik Singkong Dan Keripik Pisang Guna Membantu Perekonomian Masyarakat

Devi Triana¹, Muhammad Rof'ul², Abdullah Prasetya³, Anggi Arista⁴, Sarah Rebecca⁵, Dwi Lastyo⁶, Nurhasanah⁷, Auliana Putri⁸

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

²Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik Industri, Universitas Balikpapan

³Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik Industri, Universitas Balikpapan

⁴Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Balikpapan

⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Balikpapan

⁶Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri, Universitas Balikpapan

⁷Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Balikpapan

⁸Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Balikpapan

Jalan Pupuk Raya, Kalimantan Timur, Balikpapan Selatan, 76114, Indonesia

Corresponding: kkn27asukaraja@gmail.com

ABSTRAK

Desa Sukaraja merupakan Desa yang berada di Kecamatan Sepaku Kabupaten Penajam Paser Utara Provinsi Kalimantan Timur. Pada era saat ini masyarakat Desa Sukaraja banyak yang belum mengetahui dan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi yang berkembang pesat. Usaha kecil memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat, guna membantu usaha keripik singkong dan keripik pisang milik warga di Jl. Cemara Rt.17 Sukaraja, singkong merupakan bahan pangan yang banyak dijumpai di Desa Sukaraja, salah satu olahan yang digemari masyarakat adalah singkong, dipengolahan maupun pemasaran produk. Kami Mahasiswa KKN Kelompok 27 A Universitas Balikpapan membantu mengajarkan untuk memanfaatkan media sosial dengan memberikan inovasi pada produk yang dijual serta memperluas pemasaran dengan menggunakan facebook, untuk keuntungan bisnisnya serta mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat luas agar mendapatkan potensi pengsa pasar yang lebih luas. Upaya yang kami lakukan dalam memberdayakan produk UMKM tersebut adalah dengan a) membuat desain logo produk keripik singkong dan keripik pisang dengan desain yang menarik dan modern, b) membuatkan sosial media untuk media promosi, c) memberikan sosialisasi penjualan menggunakan facebook.

Kata kunci: UMKM, Keripik pisang dan keripik singkong, Sukaraja

ABSTRACT

Sukaraja Village is a village located in Sepaku District, North Penajam Paser Regency, East Kalimantan Province. In the current era, many people in Sukaraja Village do not know and take advantage of the rapidly growing sophistication of technology and information. Small businesses play an important role in community economic development, to help the cassava and banana chip businesses owned by residents on Jl. Cemara Rt.17 Sukaraja, cassava is a food ingredient that is often found in Sukaraja Village, one of the preparations that is popular with the community is cassava, for processing and product marketing. We are students of KKN Group 27 A at the University of Balikpapan, helping to teach the use of social media by providing innovations in the products being sold and expanding marketing using Facebook, for business benefits and introducing these products to the wider community in order to get the potential for a wider market share. Our efforts to empower MSME products are by a) creating a logo design for cassava chips and banana chips with an attractive and modern design, b) creating social media for promotional media, c) providing sales outreach using Facebook.

Keywords: MSME, banana chips and cassava chips, Sukaraja

1. PENDAHULUAN

Desa Sukaraja merupakan Desa yang berada di Kecamatan Sepaku Kabupaten Penajam Paser Utara Provinsi Kalimantan Timur. Pada era saat ini masyarakat Desa Sukaraja banyak yang belum mengetahui dan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi yang berkembang pesat. Usaha kecil memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi.

UMKM adalah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Desa Sukaraja merupakan desa dengan sektor pertanian dan perkebunan yang luas, banyak warga yang menjadi petani dan mengelola lahan mereka masing-masing [2]. Hasil pertanian dari lahan biasanya dijual ke warung atau toko yang ada di Desa Sukaraja, namun ada juga beberapa warga yang mengelola hasil panen mereka sendiri salah satunya yaitu dengan pembuatan keripik singkong dan keripik pisang seperti yang dilakukan oleh mitra dari tim KKN Desa Sukaraja.

Singkong dan pisang telah diolah menjadi berbagai macam kudapan oleh masyarakat sejak zaman dahulu, terutama singkong merupakan bahan pangan yang banyak dijumpai [4] di Desa Sukaraja. Ibu Tri Wahyuni merupakan salah satu pemilik usaha pembuatan keripik, mulai dari keripik singkong dan keripik pisang. Keripik yang dibuat oleh Ibu Tri Wahyuni termasuk dalam keripik yang amat diminati masyarakat karena rasanya yang gurih dan asin serta keripiknya yang tipis dan renyah [5]. Namun kekurangan dari keripik ini yaitu tidak adanya logo pada kemasan keripik tersebut, dari segi pemasaran pun masih terbilang kurang karena keripik hanya dipasarkan ditoko-toko dekat lokasi usaha.

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara, penulis menemukan beberapa temuan terkait permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Adapun permasalahan yang dihadapi yaitu tidak adanya logo pada kemasan keripik, dan target pemasaran yang masih sempit. Kami memberikan inovasi untuk membranding keripik singkong dan keripik pisang tersebut, lalu membuat logo dengan desain yang menarik, kemudian melakukan pemasaran produk yang akan dibranding melalui facebook.

2. PERMASALAHAN

Kegiatan ini dilaksanakan di salah satu rumah warga yaitu Ibu Tri Wahyuni yang berada di Desa Sukaraja. Permasalahan yang dihadapi oleh salah satu pemilik UMKM, yang memproduksi keripik singkong dan pisang adalah pemanfaatan sosial media yang masih terbatas atau kurang maksimal, hanya melalui whatsapp serta lebih memanfaatkan pemasaran secara konvensional [1]. Kelebihan dari menggunakan aplikasi whatsapp sebagai media promosi produk yaitu, aplikasi lebih familiar dikalangan masyarakat serta mudah dioperasikan, namun menggunakan media tersebut juga memiliki kekurangan karena terbatasnya engagement broadcast. Pelaku UMKM lebih memilih menjual produknya di pasar yang dekat dengan rumah, serta toko-toko kecil. Jangkauan target pasar belum luas dan terbatas pada wilayah dimana UMKM berada, hal ini dapat menyebabkan bisnis sulit berkembang dan bertahan dari pemilik bisnis dengan modal pemasaran yang lebih kuat. Di tengah perkembangan digital, pemilik UMKM perlu melakukan improvisasi pada penjualan offline dan online (whatsapp) dengan media sosial lain [3] yang memberi banyak keuntungan yakni kemampuan

memperkenalkan dan mempromosikan produk dengan engagement broadcast lebih luas, metode pembayaran dan pembelian efektif, menarik konsumen dengan hashtag yang unik dan kreatif [2]. Dengan melihat permasalahan di atas, tujuan dan manfaat dari penulisan ini adalah untuk mendapatkan gambaran bagaimana UMKM keripik singkong dan pisang di Desa Sukaraja dapat memanfaatkan media sosial lain dengan memberikan inovasi pada produk yang dijual serta memperluas pemasaran dengan menggunakan facebook, untuk keuntungan bisnisnya serta mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat luas agar mendapatkan potensi pangsa pasar yang lebih luas.

3. METODOLOGI

Kegiatan UMKM ini dilakukan dengan observasi kepada pemilik UMKM keripik, Ibu Tri Wahyuni. Dalam wawancara ini penulis bermaksud untuk mengetahui dan menganalisis kegiatan pemasaran dari pemilik UMKM di era digital saat ini. Setelah adanya survey awal dengan melakukan kegiatan observasi dan wawancara penulis melakukan pemberdayaan UMKM dengan mempraktekan penggunaan aplikasi, serta berharap dapat meningkatkan kualitas dari usaha keripik yang dijalankan oleh Ibu Tri Wahyuni.

Berikut pelaksanaan kegiatan UMKM yang kami lakukan:

- Tahap Pertama
Pada tahap pertama, kami melakukan untuk diskusi wawancara observasi untuk produk UMKM
- Tahap Kedua
Pada tahap kedua ini kami meminta izin kepada Ibu Tri Wahyuni selaku pemilik

UMKM keripik singkong dan keripik pisang untuk pemasaran UMKM

- Tahap Ketiga
Pada tahap ketiga, kami memulai menjalankan kegiatan pemberdayaan UMKM
- Pengemasan
Membuat pengemasan dengan tujuan untuk mempermudah penjual dalam pengemasan dan teliti dalam pengemasan untuk mencegah adanya kerusakan atas produk yang dijual
- Pemasaran/marketing
Dalam tahap pemasaran ini yaitu pembuatan akun sosial media guna memperluas pemasaran produk tersebut, selanjutnya membuat logo kemasan produk dengan logo yang menarik dan memasarkan produk melalui facebook atau market place
- Membuat video UMKM
Dengan tujuan untuk mengenalkan bentuk usaha keripik singkong dan keripik pisang milik Ibu Tri Wahyuni

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari sekian banyak pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berpotensi di Desa Sukaraja, Kecamatan Sepaku, Kabupaten Penajam Paser Utara, Ibu Tri Wahyuni menjadi salah satu dari mereka yang mengembangkan usaha rumahan sebagai sumber pendapatan utama dalam perekonomiannya. Beliau menekuni usaha keripik singkong dan keripik pisang kurang lebih satu tahun, dalam wawancara yang dilakukan pada 30 Januari 2023, Ibu Tri Wahyuni menjelaskan awal mula usahanya berjalan, proses produksi, kegiatan

memasarkan produk dan bagaimana meningkatkan loyalitas kemasan.

Berdirinya usaha keripik tersebut berawal dari kegiatan Ibu Tri Wahyuni yang sebelumnya sebagai petani yang menggarap lahannya sendiri, kemudian memanfaatkan hasil panennya untuk dijadikan keripik, seiring berjalannya waktu Ibu Tri Wahyuni kemudian menambah varian bahan baru dalam proses produksinya yaitu pisang, kedua keripik tersebut diproses secara konvensional dan proses produksi dilakukan oleh beliau sendiri yang dibantu suami dan anaknya. Dalam satu kali proses produksi membutuhkan singkong dan pisang sebanyak 1 kuintal setiap harinya. Setelah proses produksi, pemilik UMKM langsung memasarkan produknya dengan mengirimkannya secara langsung ke toko-toko terdekat.

Penulis juga melakukan identifikasi penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk UMKM, hambatan yang dialami oleh pemilik usaha terdapat pada kurangnya pengetahuan tentang digital marketing, kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan sosial media dan jangkauan target pasar yang kurang luas. Sedangkan, peluang yang terlihat dalam UMKM ini yaitu pelaku usaha memiliki gadget dan juga memiliki akses internet yang menunjang kegiatan pemasaran produk. Media online yang sering digunakan adalah whatsapp. Pemilik usaha lebih sering memasarkan produknya secara konvensional, dengan menjualnya langsung di toko-toko terdekat. Cara pemasaran yang dilakukan sudah baik, akan tetapi hasil yang ditunjukkan masih belum optimal. Usaha pembuatan keripik ini masih melakukan proses promosi produk, pengolahan bahan baku, pembuatan kemasan masih secara manual dan

tergolong konvensional. Hal inilah yang menjadi perhatian dalam penelitian ini untuk mencari solusi dari masalah-masalah pemasaran dan pengembangan produk.

Bentuk kegiatan dalam memecahkan masalah terbagi menjadi tiga, yaitu, pertama peneliti melakukan langkah potensi UMKM yang berkaitan dengan pemasaran produk, kedua membuat desain logo yang menarik, ketiga adalah publikasi konten produk sebagai proses pemasaran melalui facebook.

Analisis situasi UMKM keripik singkong dan keripik pisang

Analisis situasi usaha yang dijalankan adalah langkah awal dalam kegiatan ini. Analisis situasi usaha melihat bagaimana peluang dan tantangan yang muncul selama proses usaha dijalankan. Peluang yang dimiliki oleh pelaku usaha adalah bahan baku produk mudah didapatkan, lokasi usaha strategis dekat dengan pasar, mempunyai kemudahan dalam akses internet dan usaha yang dijalankan mendapat nilai positif dari masyarakat. Sedangkan hambatan yang muncul adalah kurang pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan sosial media, pemasaran masih konvensional, target konsumen tetap dan masih terbatas.

Keterampilan dalam menyajikan produk yang ditawarkan dalam menjalankan bisnis penting dilakukan untuk menarik pelanggan, membangun minat beli konsumen, membedakan produk kita dengan para pesaing, serta memberikan peluang pada usaha yang dijalankan untuk tumbuh di dalam market kita. Kunci dari kepuasan konsumen salah satunya tercipta dari atribut produk yang berorientasi pada pembuatan produk yang berkualitas, perancangan produk dan pengemasan yang sebaik mungkin.

Gambar 1. Kemasan Produk Awal



Kemasan produk merupakan pemicu utama yang dilihat oleh konsumen. Ketika suatu produk mempunyai kemasan yang menarik, maka konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian.

Gambar 2. Kemasan Produk Terbaru



Pemilik UMKM harus memperhatikan kemasan produk untuk menambah nilai jual. Usaha yang dijalankan sudah memasuki kurang lebih satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik bisnis harus sadar dan mulai memperhatikan kemasan produk yang ditawarkan harus sebaik mungkin, kreativitas berguna menjadikan produk usaha tidak stuck (sama seperti awal mula produksi usaha). Setelah adanya desain komersial produk, usaha Ibu Tri Wahyuni dapat menjadi pembeda dari para pesaing lain juga memperluas pangsa pasar, seiring berjalannya waktu.

Gambar 3. Foto Bersama Pelaku UMKM



Gambar 4. Promosi online dengan publikasi produk melalui facebook



Berdasarkan kegiatan observasi sebelumnya, strategi yang efektif untuk mengembangkan usaha di era yang serba modern ini adalah dengan menggunakan sosial media marketing, sebab dapat mengembangkan usaha lebih mudah. Pemilik usaha dapat memposting konten yang menarik seperti foto sebagai ilustrasi produk dan video sebagai visualisasi pendukung pemasaran produk yang dapat diposting di facebook. Dengan memanfaatkan sosial media, pemilik UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas.

Dalam kegiatan publikasi konten ini, pemilik usaha diberikan bantuan melalui proses pengajaran promosi produk melalui facebook. Publikasi konten di sosial media berguna untuk menambah wawasan pemilik usaha, Langkah ini juga diharapkan untuk meningkatkan pendapatan, lebih terbuka dengan perkembangan era digital. Sosial media sebagai media promosi banyak memberikan dampak positif, pengguna dapat dengan mudah mencari informasi, saling berpartisipasi dan berbagi dengan konsumen. Tujuan dari kegiatan mengajarkan penggunaan facebook adalah untuk memberikan informasi secara online dari segi produsen dan konsumen. Pemilik usaha dan konsumen dapat bertukar informasi dengan mudah, dan berbagi dukungan opini secara online.

Setiap wirausaha tentunya mengharapkan usahanya berhasil, artinya bisa memperoleh pendapatan dari usahanya. Jadi suatu usaha pasti berhubungan dengan uang, oleh karena itu

Ketika menjalankan suatu usaha harus melakukan pencatatan keuangan. Pencatatan keuangan tersebut merupakan pembukuan. Pembukuan atau tata buku atau akuntansi adalah tindakan mengadakan pencatatan secara teratur dan sistematis segala transaksi keuangan dan sistematis, segala transaksi keuangan dan segala akibat yang ditimbulkan oleh adanya transaksi bisnis. Pencatatan setiap transaksi dilakukan

Setiap adanya pemasukan dan pengeluaran agar tidak ada dana yang hilang ataupun ketidakseimbangan neraca. Sedangkan pembukuan digunakan untuk melihat posisi keuangan dan mengelompokan debit dan kredit keuangan supaya terlihat alur kas dari suatu usaha. Oleh karena itu, Ibu Tri Wahyuni juga dilatih manajemen keuangan dalam mengelola bisnis keripik singkong dan keripik pisang. Pembiayaan keuangan keripik dibagi menjadi 8 tahap, yaitu:

1) Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang cenderung konstan (stabil) bukan berarti biaya ini tidak akan berubah dimasa depan. Biaya ini cenderung tidak dapat diubah dalam jangka pendek.

No.	Nama Barang	Harga (Rp)
1	Timbangan	30.000,00
2	Kompas	280.000,00
3	Tabung Gas	25.000,00
4	Spatula	35.000,00
5	Pisau	43.000,00
6	Alat Pengiris	50.000,00
7	Wajan Besar	185.000,00
8	Plastik Kemasan	15.000,00
9	Ember Plastik	25.000,00
10	Parutan	20.000,00
11	Alat Saringan Minyak	20.000,00
Total		728.000,00

Tabel 1. Biaya Tetap

2) Biaya Tidak Tetap

Biaya ini bervariasi dengan variasi volume, yaitu Ketika ada peningkatan dalam produksi, biaya tidak tetap ini juga akan meningkat secara proporsional dengan presentasi yang sama, jadi Ketika tidak ada produksi maka tidak akan ada biaya ini, biaya ini cenderung bisa saja berubah dalam jangka pendek.

No.	Nama Barang	Harga (Rp)
1	Singkong/1kg	15.000,00
2	Bawang Putih/1kg	10.000,00
3	Gula	7.000,00
4	Garam	2.000,00
5	Minyak Goreng/liter	27.000,00
6	Soda	6.000,00
7	Gula Putih	7.500,00
8	Sumba Kuning	3.500,00
9	Pisang	25.000,00
10	Royco	2.000,00
Total		105.000,00

Tabel 2. Biaya Tidak Tetap

3) Biaya Penunjang

Biaya penunjang merupakan biaya yang mendukung dari biaya tetap dan tidak tetap.

No.	Nama Barang	Harga (Rp)
1	Stiker	35.000,00
2	Plastik Kemasan	15.000,00
Total		50.000,00

Tabel 3. Biaya Penunjang

4) Harga Pokok Produksi Perbulan

Biaya Tidak Tetap Per Bulan =

BTT x n

Keterangan:

BTT = Biaya Tidak Tetap

n = Berapa kali produksi setiap

bulan perhitungan dari keripik pisang dan keripik singkong

Perhitungan dari keripik

$$BTT \text{ Per Bulan} = Rp 105.000 \times 30$$

kali per bulan Biaya Tidak Tetap Per

$$\text{Bulan} = Rp 3.150.000$$

- 5) Harga Pokok Produksi Per Bulan

$$HPP \text{ Per Bulan} = BT + BTT + BP$$

Keterangan:

BT = Biaya Tetap

BTT = Biaya Tidak Tetap

BP = Biaya Penunjang

Perhitungan dari Keripik singkong dan

keripik pisang:

$$HPP \text{ Per Bulan} =$$

$$Rp 728.000 + Rp 3.150.000 + Rp 50.000$$

$$HPP \text{ Per Bulan} = Rp 3.928.000$$

- 6) HPP Penjualan

$$HPP \text{ Penjualan} = \frac{HPP}{\text{Jumlah Produksi}}$$

Keterangan:

HPP = Harga Pokok Produksi Per Bulan

Perhitungan dari keripik

$$HPP \text{ Penjualan} = \frac{Rp 3.928.000}{50 \text{ Bungkus}}$$

$$HPP \text{ Penjualan}$$

$$= Rp 78.560$$

- 7) Keuntungan

$$\text{Keuntungan} = \text{Harga Jual} - HPP$$

Perjualan

$$\text{Keuntungan} = Rp 10.000 - Rp 78.560$$

$$\text{Keuntungan} = Rp 68.560$$

- 8) Break Even Point (BEP)

$$BEP = \frac{BTT}{\text{Harga Jual} - HPP \text{ Penjualan}}$$

Keterangan:

BTT = Biaya Tidak Tetap Perhitungan dari Keripik pisang dan singkong:

$$BEP = \frac{728.000}{68.560}$$

$$BEP = 10.618$$

5. KESIMPULAN

Usaha keripik singkong dan keripik pisang milik Ibu Tri Wahyuni sebagai mitra pengabdian masyarakat, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam rangka memberikan solusi kreatif dan inovatif dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama ini. Dalam kegiatan ini mitra akan diajarkan teknologi tepat guna untuk pemasaran diantaranya pembuatan melalui media facebook. Kami melakukan pemberdayaan produksi keripik singkong dan pisang yang berkualitas dan dikemas secara baik sehingga lebih tahan lama. Kami juga mengubah cara produksi dengan menggunakan kemasan baru yang lebih menarik sehingga kapasitas produksi dapat meningkat. Kemudian memasarkan keripik singkong dan pisang dalam kemasan yang berkualitas baik serta label yang menarik sehingga dapat meningkatkan harga jual keripik singkong serta memperluas wilayah pemasarannya.

6. SARAN

Melalui program pengabdian masyarakat seperti pemberdayaan UMKM sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan tentang produksi serta pemasaran produk keripik pisang dan keripik singkong. Kami memberikan saran dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat agar pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya melalui sosial media yang telah kami ajarkan dan memasarkan produknya ke beberapa toko-toko besar agar usahanya dapat berkembang di kota-kota lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Imelda, I., & Aritonang, M. (n.d.). Peningkatan Kapasitas Produksi dan Manajemen Usaha Pada UKM Keripik Singkong di Kecamatan Rasau Jaya. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 1(2), 33–42.
- [2] Jamal, J., Lewi, L., & Suwasti, S. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Berupa Pengolahan Singkong Menjadi Kripik Untuk Kelompok Petani Singkong. *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)*, 309–313.
- [3] Muntoha, Jamroni, & Riska, U. U. (2015). Pelatihan pemanfaatan dan pengolahan singkong menjadi makanan ringan tela rasa. *Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4(3), 188–193.
- [4] Rayyandini, K., Banuwa, I. S., & Afandi, A. (2017). Pengaruh Sistem Olah Tanah dan Pemberian Herbisida Terhadap Aliran Permukaan dan Erosi pada Fase Generatif Pertanaman Singkong (Manihot utilissima) Musim Tanam Ke-2. *Jurnal Agrotek Tropika*, 5(1).
- [5] Sulaiman, R., Helmud, E., Sudjianto, H., & Kurniawan, F. (2020). Pelatihan Pembuatan Keripik Singkong dan Pemanfaatan Sosial Media Untuk Pemasaran Produk Industri Rumahan Pada Bumdes Desa Teru. 1(1), 48–5