

## **PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK SEHAT DALAM RANGKA MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK DAN PENDAPATAN DI KELOMPOK MITRA MAKNDA KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Melan Susanty Purnamasari<sup>1</sup>, Suhardi<sup>2</sup>, Maria Herawati<sup>3</sup>, Riko Herdiansah<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Tulang Bawang Lampung

<sup>1</sup>melansusantypurnamasari@gmail.com; <sup>2</sup>suhardi@utb.ac.id; <sup>3</sup>maria.herawati@utb.ac.id;

<sup>4</sup>riko.herdiansah@utb.ac.id

***Abstract:** The product processing sector can increase the added value of agricultural products and can increase the standard of living or people's income. One of the agricultural products is vegetables. These vegetables are not only limited to making various kinds of vegetables, but chips can also be made with the aim of increasing the shelf life of vegetables and getting a high selling value. The purpose of this service is to provide knowledge about partners using the right tools to produce chips, using social media to market products, simple bookkeeping, and increasing partners' understanding of product labels and trademarks as well as making the right spices for each production, so as to improve value. Sell products and increase revenue. The method used in this activity is in the form of training and mentoring. The results of the activities in addition to increasing knowledge, it is hoped that partners can also take advantage of social media such as Facebook and Instagram as a means of product promotion and marketing so that sales can increase as well as to increase sales.*

*Keywords:* healthy chips, selling value, income, marketing

### **PENDAHULUAN**

Sektor pengolahan hasil sangat besar peranannya dalam meningkatkan nilai tambah hasil pertanian yang telah diperoleh. Selain meningkatkan nilai tambah hasil pertanian, sektor ini dapat meningkatkan dan memperbaiki taraf hidup masyarakat menjadi lebih terjamin dan layak (Soekartawi, 2000). Pengembangan produk makanan ringan yang cenderung meningkat sehingga permintaan makanan ringan mulai diminati oleh masyarakat hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk-produk makanan instan yang bervariasi di minimarket, hampir setiap wilayah memiliki berbagai macam komoditas seperti sayur-sayuran dan buah-buahan. Saat ini banyak berkembangnya usaha mikro, terutama yang terkait dengan usaha boga karena di anggap mudah untuk memenuhi usahanya sedangkan untuk konsumsi sebagian besar orang membutuhkan cemilan untuk teman minum, salah satu prodak pertanian yang banyak diminati konsumen yaitu keripik dan juga dengan adanya pengolahan buah-buahan dan sayuran menjadi keripik dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi petani hortikultura dimana petani dapat menjual secara borongan kepada industri keripik (Makarawung, V dkk., 2017).

Kegiatan yang dilakukan dalam memproduksi keripik meliputi pengadaan bahan baku dan proses produksi. Pengembangan usaha keripik pada prosesnya terdapat kendala yang sering di hadapi seperti faktor internal dan eksternal. Faktor Internal seperti faktor dari dalam perusahaan, kendala yang di hadapi dalam persediaan bahan baku, sumber daya manusia, dan kendala dalam produksi, sedangkan faktor eksternal yaitu adanya persaingan dari berbagai jenis makanan ringan lainnya baik itu berupa keripik singkong, keripik nangka, keripik apel, dan jenis keripik pisang lainnya. Tujuan dari pembuatan keripik ini adalah untuk meningkatkan keawetan dan memperoleh nilai jual yang tinggi di pasaran, artinya mengubah bentuk dari produk primer menjadi produk baru yang lebih tinggi nilai ekonomisnya setelah melalui proses produksi (Imran dkk., 2014).

Berdasarkan wawancara dengan ketua kelompok, sering terjadi ketidakseragaman rasa dan warna dari hasil produksinya. Hal ini disebabkan oleh belum adanya ketepatan komposisi yang sesuai di dalam adonan tepung, kemudian api terlalu panas dan dikerjakan sambilan sehingga sering warna produk akhir menjadi coklat kehitaman (terlalu matang). Menurut Nurmainanah A., (2020) Pencokelatan pada keripik disebabkan oleh reaksi pencokelatan non enzimatis yang umumnya terjadi bila kita memasak atau mengeringkan bahan makanan. Hasil produksi mitra juga belum mencantumkan merk dan ijin produksi, selain itu produk yang dihasilkan belum memiliki label yang layak diantaranya, belum mencantumkan waktu kadaluarsa, alamat produksi, dan jaminan keamanan dari dinas kesehatan. Menurut Klimchuk dan Krasovec, (2012) Tujuan desain kemasan adalah untuk memenuhi tujuan pemasaran dengan berkomunikasi secara khas kepada konsumen mengenai personalitas atau fungsi produk dan menghasilkan suatu penjualan. Harga jual keripik Pisang ini per bungkus (0,25 kg) adalah sebesar Rp.8.000 dan penerimaan perbulan mencapai Rp.400.000-500.000 dengan keuntungan perbulan sebesar Rp.200.000-300.000. Penentuan harga jual masih dilakukan berdasarkan perkiraan saja, karena belum adanya pembukuan yang tertib. Usaha untuk memasarkan hasil produk ini adalah hanya dilakukan dari rumah ke rumah pada saat memiliki waktu luang, saat arisan, ataupun acara perkumpulan keluarga. Akibatnya seringkali setelah diproses, hanya disimpan di wadah penyimpanan dan baru dilakukan pengepakan pada saat ada pesanan.

Berdasarkan analisis situasi diatas, maka berbagai temuan permasalahan mitra adalah sering terjadi ketidakseragaman rasa dan warna dari hasil produksinya. Hal ini disebabkan oleh belum adanya ketepatan komposisi yang sesuai di dalam adonan tepung, kemudian api terlalu panas dan dikerjakan sambilan sehingga sering warna produk akhir menjadi coklat kehitaman (terlalu matang). Hasil produksi mitra juga belum mencantumkan merk dan ijin produksi, selain itu produk yang dihasilkan belum memiliki label yang layak diantaranya, belum mencantumkan waktu kadaluarsa, alamat produksi, dan jaminan keamanan dari dinas kesehatan. Penentuan harga jual masih dilakukan berdasarkan perkiraan saja, karena belum adanya pembukuan yang tertib. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas makan perlu dilakukan penyuluhan dan pendampingan untuk mitra, sehingga dapat memperbaiki nilai jual produk dan meningkatkan pendapatan melalui penggunaan alat yang tepat, bahan yang pas serta penggunaan media social untuk menjaring pasar yang lebih luas.

## **METODE**

### **Tahap Persiapan**

Menalisis situasi dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra maka solusi yang ditawarkan melalui Pengabdian Kepada Masyarakat Stimulus (PKMS). Tahap persiapan ini terdiri dari, 1) Menghubungi mitra produsen keripik dan berdiskusi tentang permasalahan yang dihadapi oleh mitra, 2) Diskusi dengan anggota pelaksana kegiatan dan penentuan pembagian beban kerja diantara anggota tim. 3) Mempersiapkan peralatan serta bahan yang diperlukan dalam pelaksanaan pelatihan. 4) Menjalin komunikasi dengan instansi-instansi lain yang terkait dalam pelaksanaan kegiatan.

### **Tahap Pelaksanaan Kegiatan**

Tahap pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari, 1) tahap pertama, pada tahap pertama ini dilakukan pemberian bantuan peralatan yang mendukung produksi keripik *vacuum friying* dan spinner untuk menambah keanekaragaman jenis keripik sehat yang dihasilkan oleh mitra. Tahap kedua, pada tahap ini dilakukan pelatihan-pelatihan manajemen sumber daya mengenai bagaimana strategi pemasaran produk untuk meningkatkan promosi

melalui media sosial, sehingga produk semakin dikenal luas. 2) tahap ketiga, pada tahap ini membantu mitra dalam meningkatkan pengetahuan mengenai pembukuan sederhana agar dapat menentukan harga jual yang tepat dan mendapatkan keuntungan yang lebih sesuai. Tahap keempat, pada tahap ini yaitu mendampingi mitra dalam membuat simulasi tentang pelabelan yang tepat, membuat merk dagang sehingga lebih menarik konsumen untuk membeli produk dan meningkatkan angka penjualan. Tahap kedua, pada tahap ini merupakan tahapan melakukan praktek/pelatihan mengenai menentukan takaran bumbu yang ideal dan sesuai agar rasan kripik yang dihasilkan stabil disetiap produksi

### **Tahap Evaluasi**

Kegiatan evaluasi program pengabdian ini dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap keterampilan mitra setelah mengikuti kegiatan ini dengan menilai keterampilan mitra mulai dari persiapan (pemilihan bahan dan penyiapan alat), proses strategi pemasaran, pembukuan sederhana, simulasi membuat merk dagang dan ketepatan langkah-langkah menentukan bumbu yang ideal hasil akhir yang dipresentasikan menurut kriteria yang diharapkan dalam resep, menata peralatan setelah mengolah, teknik pengemasan, pembuatan merk dagang analisis untuk menghitung rugi /laba produk

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil yang sudah dicapai dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Stimulus (PKMS) ini antara lain:

### **1. Pemberian peralatan sebagai penunjang produksi**

Mitra dalam hal ini diberikan solusi alat penunjang berupa vacuum frying dan spinner untuk menambah keanekaragaman jenis kripik sehat yang dihasilkan oleh mitra (Gambar 1), menurut Lastryanto (1997) produk yang dihasilkan oleh *vacuum frying* memiliki tekstur dan warna yang lebih bagus, dapat penyerapan minyak yang rendah, kerusakan vitamin bahan rendah, sehingga produk memiliki mutu dan tingkat kesehatan yang baik. Penyuluhan mengenai strategi pemasaran produk



Gambar 1. Mesin Vacuum Frying Dan Spinner

### **2. Pelatihan promosi melalui media social**

Penyuluhan dilakukan kepada mitra mengenai strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha melalui pemanfaatan media social sebagai sarana pemasaran dan memperluas daerah pemasaran, media social yang digunakan yaitu Facebook dan Instagram (Gambar 2). Setelah diberikan pelatihan peserta mengakui bahwa mereka telah bertambah pengetahuan dan ketrampilannya dalam pemanfaatan media social seperti facebook dan instagram dalam memasarkan dan mempromosikan produknya.

Para peserta pelatihan menjadi lebih memahami peranan media social dalam memperluas daerah pemasaran sehingga bisa meningkatkan penjualan.



Gambar 2. Penyuluhan Mengenai Strategi Pemasaran

### 3. Pelatihan mengenai pembukuan sederhana

Kegiatan pelatihan untuk menyusun pembukuan sederhana dilakukan kepada mitra. Pembukuan ini memiliki tujuan untuk tertib administrasi sehingga dapat mengetahui keuntungan yang diperoleh dan juga dapat menetapkan harga jual yang sesuai. Menurut Rivai, (2013) pembukuan atau pencatatan laporan keuangan yang sistematis memiliki manfaat, yaitu dapat memberikan informasi kas yang dapat dipercaya mengenai posisi keuangan suatu usaha.



Gambar 3. Pelatihan mengenai pembukuan sederhana

### 4. Membuat label dan merk dagang.

Suatu produk yang akan dipasarkan memiliki daya tarik salah satunya dengan kemasan, apabila produk yang dihasilkan memiliki inovasi atau memiliki keunikan namun tidak dikemas secara menarik, Konsumen segan untuk membeli produk tersebut, namun sebaliknya jika produk dikemas secara menarik, maka daya tarik pertama dilihat terlebih dahulu melalui kemasannya. Mitra dalam kegiatan ini diberikan penyuluhan sekaligus simulasi mengenai merk dagang dan pelabelan pada kemasan yang diproduksi oleh mitra (Gambar 4). Selain kemasan, aspek penting lainnya yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha yaitu label produk yang merupakan informasi produk meliputi merek, tanggal pembuatan dan tanggal kedaluwarsa, komposisi produk, alamat dan nomor telepon pelaku usaha, identitas media sosial, nomor izin.



Gambar 4. Merek dagang dan label yang dihasilkan mitra

### 5. Praktik membuat keripik sehat

Kegiatan ini diikuti oleh mitra beserta mahasiswa dan dosen untuk mencari takaran bumbu yang tepat. Untuk membuat keripik daun singkong dan daun bayam diperlukan bahan dan bumbu sebagai berikut: 1 ikat daun bayam, 1 ikat daun singkong, 3 bungkus tepung rosebrand @500 gram, 3 liter minyak goreng, dan 2 butir telur ayam. Bumbu yang diperlukan 12 buah bawang putih, 4 sendok makan ketumbar, 5 buah kemiri, ¼ sendok teh garam, dan ½ sendok teh bumbu kaldu



Gambar 5. Praktik pembuatan keripik Pisang

### KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut, Introduksi alat *vaccum frying* telah menambah pengetahuan mitra dalam mendiversifikasikan produk olahan mereka dengan memanfaatkan bahan baku yang ada disekitar mitra. Serta penggunaan spinner pada saat memproduksi keripik dapat membantu meningkatkan kualitas produk keripik. Pelatihan pemasaran produk dengan media social facebook dan instagram yang telah dilaksanakan mampu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan, sehingga dengan media tersebut diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan. Mitra pengabdian yang merupakan pelaku usaha mendapat pengetahuan dan keterampilan tentang pembukuan. Peserta menyadari arti penting pembukuan untuk pengembangan usaha. Mitra mengetahui pentingnya label dan merek dagang sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk yang dihasilkan. praktik langsung yang dilaksanakan dari kegiatan pengabdian mendapatkan takaran bumbu yang tepat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan kepada pihak kemenristekdikti yang telah mendanai Pengabdian Kepada Masyarakat Stimulus (PKMS) ini dan kepada mahasiswa Fitria Sekar Ningsih dan Intan Susilowati yang juga ikut membantu di dalam kegiatan pengabdian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Firyanto, R, E. Fatarina dan Nyimasayu Dinda Agagis. 2018. Pembuatan Keripik Buah Jambu Biji Menggunakan Alat Vacuum Frying Dengan Variabel Suhu dan Waktu. Prosiding Seminar Nasional Teknik Kimia “Kejuangan” Pengembangan Teknologi Kimia untuk Pengolahan Sumber Daya Alam Indonesia, Yogyakarta 12 April 2018 Hal: K12-1 – K12-7. [10 Agustus 2018]
- Haryanto D.2013. Penyusunan Draft Standard Operating Procedure (Sop) Pengolahan Keripik Pisang (Studi Kasus Di Suatu Industri Rumah TanggaKeripik Pisang Bandar Lampung. Lampung (ID): Universitas Lampung.
- Imran, S, A. Murtisari dan N.K. Murni. 2014. Analisis Nilai Tambah Keripik Ubi Kayu di UKM Barokah Kabupaten Bone Bolango. Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah. 1(4) April-Juni 2014 Hal: 207-212. [10 Agustus 2018]
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2012). Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf, 2nd Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lastriyanto A. 1997. Penggorengan Buah secara Vakum (Vaccum frying) dengan Menerapkan Pemvakuman Water Jet. Temu Ilmiah serta Ekspos Alat dan Mesin Pertanian. Cisarua Bogor 27 Februari 1997
- Makarawung, V, Paulus, Paulus A P, Caroline B D. Analisis Nilai Tambah Keripik Ubi Kayu di UKM Barokah Kabupaten Bone Bolango. Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah. 1(4) April-Juni 2014 Hal: 207-212. [10 Agustus 2018]
- Nurmainanah A, Suryadharma P. 2020. Peningkatan Mutu Organoleptik Keripik Pisang Produksi Kelompok Wanita Tani di Desa Neglasari. Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat.2 (2) : 257–262.
- Rivai, V. 2013. Commercial Bank Management: Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktik Edisi 1. Jakarta: Rajawali.
- Soekartawi. 2000. Meningkatkan dan Memperbaiki Taraf Hidup Masyarakat Menjadi Lebih Terjamin dan Layak.