

PENGEMBANGAN PROSES PENGEMASAN KRIPIK PISANG MAMAKE DALAM MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK

Nur Iman Ramadhani¹⁾, Syihabudin Kamal²⁾, Achmad Adi Saputra³⁾, Rafiki Banu Ashar⁴⁾

^{1,2,3,4)} Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Jl. Raya Beji Karangsalam No.25 Kec. Kedungbanteng Kab. Banyumas Jawa Tengah 53152

¹⁾ e-mail: dhaniharsono22@gmail.com, ²⁾ e-mail: syihabudink@gmail.com,

³⁾ e-mail: achmadadisaputra35@gmail.com, ⁴⁾ e-mail: rafikibanu2411@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 10 Juni 2024

Diterima: 1 Juli 2024

Diterbitkan: 1 Agustus 2024

Kata Kunci:

Keripik;UMKM;Penge
mbangan

Keywords:

Banana
Chips;MSMEs;Developm
ent

Copyright © 2024 penulis

Abstrak

Artikel ini berkaitan dengan salah satu program kerja unggulan Tim KKN kelompok 11 Universitas Wijayakusuma Purwokerto, yang berkaitan dengan pengembangan UMKM di Desa Klapasawit. Tim KKN kelompok 11 mengambil beberapa UMKM dalam program kerja, salah satunya yaitu UMKM Keripik Pisang "Mamak". Keripik pisang menjadi kegemaran sebagian besar masyarakat Indonesia karena rasanya yang gurih dan enak. Di Desa Klapasawit sendiri terdapat rumah produksi keripik pisang yang diberi nama Keripik Pisang "Mamak", dengan potensi yang dimiliki oleh rumah produksi tersebut dalam cita rasa keripik pisang yang lebih gurih dibandingkan dengan kebanyakan keripik pisang yang beredar dipasaran, menjadikan Tim KKN kelompok 11 melakukan usaha pengembangan pada UMKM ini, agar dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas dan dikenal oleh banyak orang. Artikel ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data berupa studi Pustaka dan wawancara secara lisan. Hasil dari pengembangan UMKM ini diharapkan rumah produksi keripik pisang "Mamak" dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas.

Abstract

This article relates to one of the superior work programs of the 11th Group KKN Team at Wijayakusuma University, Purwokerto, which is related to the development of MSMEs in Klapasawit Village. The group 11 KKN team took several MSMEs into the work program, one of which was the "Mamak" Banana Chips MSME. Banana chips are a favorite of most Indonesian people because they taste delicious and delicious. In Klapasawit Village itself, there is a banana chips production house called "Mamak" Banana Chips, with the potential that this production house has in terms of the taste of banana chips being more savory compared to most banana chips on the market, making the KKN Group 11 Team run a business development of MSMEs, so that they can reach wider marketing and be known by many people. This article was prepared using descriptive qualitative methods, with data collection methods in the form of literature studies and oral interviews. As a result of developing this MSME, it is hoped that the "Mamak" banana chips production house can reach a wider market.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang memiliki peran penting dalam penggerak perekonomian Indonesia, karena UMKM dapat membuka lapangan kerja baru. Menurut Adhitya, B., & Kencana, H. (2024) Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menurunkan angka pengangguran. Meningkatkan inovasi pemasaran dan pengemasan digital menjadi salah satu strategi UMKM untuk meningkatkan daya saingnya. Menurut Fatmawati, A., Retnowati, D., Aziezy, E., & Kartika, R. A. S. (2024) Untuk menjaga daya saing dan meningkatkan efisiensi operasional, UMKM harus melakukan transformasi digital. Pengertian UMKM itu sendiri mengacu kepada usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Menurut Achadi, A., Zuhaena, F., & Suciningtyas, S. (2024) Usaha kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mempercepat perubahan struktur dan taraf hidup masyarakat. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Menurut Murdijaningsih, T., Wijaya, M., & Budiastuti, A. (2023) UMKM merupakan usaha mandiri yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki banyak peluang untuk tumbuh di ekonomi digital karena kemudahan akses informasi. Keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi negara serta dapat bermanfaat dan mendistribusikan pendapatan masyarakat. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Lestari et al., 2023).

Pada dasarnya UMKM dimiliki serta dikelola oleh individu atau kelompok kecil, pelaku UMKM sering beroperasi dalam skala lokal, menghasilkan produk ataupun jasa yang bervariasi, memiliki keunikan, kreativitas, dan adaptabilitas dalam menjawab berbagai kebutuhan pasar. Menurut Pujiastuti, R., Surveyandini, M., & Budiastuti, A. (2024) Motivasi dalam berwirausaha mengacu pada dukungan terhadap keunikan diri seorang wirausaha, seperti pantang menyerah, keuletan, dan semangat. Dorongan inilah yang menjadi motivator utama dalam bekerja atau mengambil tindakan dalam rangka mengembangkan bisnis. UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan menciptakan lapangan kerja sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran, ketimpangan ekonomi, dan mensejahterakan kelompok-kelompok marginal. Menurut Lestari, H. D., & Harsuti, H. (2023) Dalam konteks kewirausahaan, kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide yang meningkatkan efektivitas dan efisiensi suatu sistem. Oleh karena itu, wirausahawan harus kreatif agar tetap bisa bertahan sebagai pelaku usaha. Menurut Setiawan, H. (2023) UMKM diharapkan untuk selalu berdaya cipta dan kreatif, namun juga harus selalu mengikuti perkembangan teknologi karena mempunyai dampak yang signifikan terhadap persaingan dan profitabilitas. UMKM juga memberikan kesempatan bagi individu untuk berinovasi, menciptakan dan mengembangkan keterampilan, serta memperluas jaringan bisnis. UMKM sering kali menjadi wadah bagi kreativitas dan pemikiran inovatif. Mereka mendorong pengusaha untuk mencari solusi baru, merespons perubahan pasar, dan meningkatkan daya saing. Dalam hal ini, UMKM berperan sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berdampak positif terhadap kualitas hidup masyarakat. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2021, jumlah

UMKM mencapai 64,19 juta unit dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. Pemerintah Indonesia memandang penting keberadaan para pelaku UMKM. Perhatian tinggi yang diberikan kepada para pelaku UMKM tersebut tidak lain sebagai wujud pemerintah dalam menyangga ekonomi rakyat kecil. Apalagi, UMKM mampu memberikan dampak secara langsung terhadap kehidupan masyarakat di sektor bawah. Karena itu, dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan kekuatan utama ekonomi Indonesia (Lestari et al., 2023).

UMKM di Indonesia terbilang sangat luas, serta tidak semua orang bisa mengambil sebuah peluang yang ada, terdapat beberapa macam jenis UMKM yang ada di Indonesia dan masyarakat bisa memilih jenis UMKM sesuai dengan passion, minat, dan bakatnya. Beberapa jenis UMKM yang di Indonesia contohnya adalah pakaian, jasa, makanan, dan lain-lain. Setelah melakukan survei tim KKN Kelompok 11 menemukan berbagai jenis UMKM khususnya dalam kategori makanan, salah satunya adalah UMKM Keripik pisang “Mamak” Di Desa Klapasawit, dusun joho kidul terdapat pelaku UMKM produksi Keripik pisang, dengan memanfaatkan kebun yang ada yaitu pisang, maka dari itu pelaku UMKM tersebut memilih untuk memproduksi Keripik Pisang sebagai bisnis UMKM. Demi mendapat perhatian konsumen, diperlukan membuat desain kemasan yang kreatif dan inovatif agar produk tetap mampu bersaing secara ketat dengan para pesainglainnya. Strategi usaha yang dapat digunakan adalah pengembangan kemasan produk menjadi lebih menarik (Zumaeroh & Fatmawati, 2023). Keripik pisang “Mamak” ini dikemas sesuai dengan permintaan dan harga. Menurut Adhitya, B., & Kencana, H. (2023) Kemasan merupakan salah satu komponen kunci suatu produk. Ada nama lain untuk kemasan, antara lain pembungkus dan wadah. Dalam rangka melindungi dan menjaga kualitas suatu produk pangan, pengemasan merupakan hal yang sangat penting. Itu karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Nilai jual ini meningkat ketika produk yang dihasilkan mendapat nilai tambah dari kemasan yang menarik (Zumaeroh & Fatmawati, 2023). Tujuan pengemasan adalah untuk mengatur barang-barang industri atau hasil pengolahan sedemikian rupa sehingga memudahkan distribusi, penyimpanan, dan transportasi. Pengembangan kemasan produk merupakan upaya meningkatkan penjualan yang dilakukan dengan menciptakan kemasan baru yang lebih menarik dan mempunyai nilai tambah pada suatu produk (Zumaeroh & Fatmawati, 2023). Menurut Suzana, A. J., Arinastuti, A., Mahmudah, I., & Larasmanah, W. (2024) UMKM akan mampu berkembang sehingga memerlukan inovasi produk, kemasan, dan pemasaran. Maka dari itu im KKN Kelompok 11 melakukan perbaikan alat pengemasan dikarenakan agar proses pengemasan lebih mudah dan produk dalam kemasannya terjaga dengan baik sehingga produk keripik pisang “MAMAK” dapat berkembang dengan baik. Menurut Lestari, H. D., & Pujiastuti, R. (2023) Perkembangan produk dapat meningkatkan nilainya dibandingkan dengan versi yang belum dikembangkan sebelumnya. Seiring berkembangnya produk, nilainya meningkat. Hal ini meningkatkan peluang perusahaan untuk bertahan dalam bisnis dan memenuhi target keuangan.

METODE

Berdasarkan pada pokok permasalahan yang dikaji, yaitu mengenai pengembangan keripik pisang , maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak terdapat batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang sedang dikaji.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dikarenakan permasalahan yang akan dibahas untuk memperoleh data berupa kata-kata baik lisan, tulisan, maupun berupa gambaran mengenai proses pengembangan keripik pisang sehingga menggunakan suatu cara atau langkah yang dilakukan secara sistematis untuk mengungkap suatu kejadian dengan penjabaran deskriptif. Hal-hal yang akan diteliti terdiri dari proses pengembangan keripik pisang dan dampak dari pengembangan keripik pisang. Dengan pendekatan ini diharapkan temuan-temuan dapat dideskripsikan secara lebih rinci, jelas, dan akurat. Penelitian ini menggunakan sumber data secara primer dengan penggunaan sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dan pengamatan lapangan. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi sumber, waktu dan teknik. Penggunaan triangulasi teknik, dimana dalam teknik ini pengumpulan data menggunakan teknik yang bermacam-macam yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi tetapi penerapannya pada sumber data yang sama. Alasan peneliti menggunakan teknik ini adalah untuk tercapainya pemahaman dalam keberhasilan untuk pengembangan keripik pisang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Desa Klapasawit Kecamatan Buluspesantren, Kabupaten Kebumen terdapat pelaku UMKM keripik pisang bernama Ibu Kusmiati yang menggunakan bahan dasarnya yaitu pisang dari hasil kebun sendiri. Pemanfaatan hasil panen pisang milik Ibu Kusmiati dapat menciptakan produk yang dapat dijual. Keripik pisang milik Ibu Kusmiati dicap dengan nama Keripik Pisang “Mamak”. Terdapat dua jenis keripik pisang dengan ukuran pisang yang kecil dan besar. Untuk harga keripik pisang berukuran kecil di bandrol dengan harga Rp.6.000,- dan untuk keripik pisang berukuran besar di bandrol dengan harga Rp.8.000,-. Keripik pisang “MAMAK” tidak berproduksi setiap hari, namun berdasarkan permintaan dari konsumen dan tidak berproduksi pada bulan ramadhan. Dalam proses pengembangan keripik pisang kelompok 11 melakukan beberapa tahapan. yaitu:

1. Melakukan survei lokasi UMKM keripik pisang

Survei lokasi UMKM keripik pisang dilaksanakan pada tanggal 18 Februari 2024, pada survei pertama ini tim KKN Kelompok 11 melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM keripik pisang guna mendapatkan informasi mengenai usaha keripik pisang tersebut dengan lebih rinci.



Gambar 1. Survei lokasi UMKM keripik pisang

2. Rapat anggota KKN Kelompok 11

Dalam rapat ini dibahas mengenai bagaimana program kerja yang akan dilakukan terhadap UMKM keripik pisang. Setelah rapat dilaksanakan, anggota KKN kelompok 11 sepakat untuk membantu dalam proses pengemasan produk dengan cara memperbaiki alat pres pengemasan. Ide memperbaiki alat pres dikarenakan alat pengemasan sudah tidak bisa digunakan sehingga tim kkn kelompok 11 memperbaikinya agar pengemasan produk menjadi lebih praktis.



Gambar 2. Rapat UMKM Keripik Pisang

3. Kunjungan ke pelaku UMKM keripik pisang

Setelah melakukan rapat anggota, tim KKN kelompok 11 kembali mengunjungi rumah pemilik UMKM keripik pisang untuk membantu dalam proses pembuatan keripik pisang dan membantu memperbaiki alat pres pengemasan.



Gambar 3. Proses pengemasan dan memperbaiki alat pres pengemasan

4. Penambahan Titik Koordinat di Google Maps

Setelah melakukan berbagai tahapan dalam proses pembuatan sriping Kripik Mamake, Tim KKN Kelompok 11 juga melaksanakan program kerja berupa penambahan titik koordinat tempat produksi Keripik Pisang di Google Maps. Program kerja ini bertujuan untuk

memper memudahkan konsumen untuk mencari alamat pproduksi keripik pisang kemudian diharapkan dapat membantu produsen dalam peningkatan UMKMnya dari segi penjualan.



Gambar 4. Penambahan Titik Koordinat di Google Maps

KESIMPULAN

Tim KKN kelompok 11 mengharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan produknya dan bisa meningkatkan penjualan, serta dapat menjangkau lebih luas karena kemasannya yang lebih aman. Namun, terdapat kekurangan dalam pengembangan ini adalah pemilik dari UMKM nya agak sulit beraktivitas karena faktor usia serta alat dalam pengemasan masih menggunakan lilin, dan dalam jenis dari kripiknya butuh varian rasa baru. Maka dari itu Tim KKN Kelompok 11 Desa Klapasawit memberikan saran dalam pengemasan agar lebih awet dan tahan lama serta memperbaiki alat press agar dapat digunakan lagi dan mempermudah pelaku UMKM agar lebih mudah dan praktis dalam pengemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Zuhaena, F., & Suciningtyas, S. (2024). Peningkatan Program Kegiatan Pemasaran Produk UMKM. *wikuacityya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 122-125.
- Adhitya, B., & Kencana, H. (2023). Teknik Pengemasan dan Labeling Produk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Keripik Faza. *wikuacityya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 26-29
- Adhitya, B., & Kencana, H. (2024). Pemberdayaan UMKM Poklhasr Bunda Madani Melalui Peningkatan Digital Marketing dan Inovasi Kemasan. *wikuacityya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 36-43.
- Fatmawati, A., Retnowati, D., Aziezy, E., & Kartika, R. A. S. (2024). Pengelolaan Bisnis UMKM Berbasis Digital di Desa Kalijaya, Kecamatan Alian Kabupaten Kebumen. *wikuacityya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 108-111.

-
- Lestari, H. D., & Harsuti, H. (2023). Membangun Ide Kreatif dan Inovatif Dalam Berwirausaha. *wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 151-156.
- Lestari, H. D., & Pujiastuti, R. (2023). Pengembangan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Hasil Produksi UMKM. *wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 103-108.
- Murdijaningsih, T., Wijaya, M., & Budiastuti, A. (2023). Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat melalui Pemberdayaan UMKM di Era Ekonomi Digital. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 110-115.
- Nalhadi, A, *et al.* (2022). Pendampingan UMKM “Nur Lia” dalam Meningkatkan Produktivitas Produksi Keripik Pisang. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 213-218.
- Nazilah, S. K. (2021). Analisis Pendapatan Usaha Keripik Pisang (Studi Kasus Di Rus Mekar Sari PKK Pulorejo, Ngoro, Jombang). *Jurnal Sigmagri*, 1(02), 102-111.
- Pujiastuti, R., Surveyandini, M., & Budiastuti, A. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Peningkatan Motivasi Berusaha di Desa Krakal Kecamatan Alian Kabupaten Kebumen. *wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 98-102.
- Setiawan, H. (2023). UMKM Kreatif dan Inovatif Berbasis Digital: UMKM Kreatif dan Inovatif Berbasis Digital. *wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15-21
- Suzana, A. J., Arinastuti, A., Mahmudah, I., & Larasmanah, W. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Menunjang Kemajuan UMKM di Desa Banjaranyar, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas. *wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 126-132.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.
- Zumaeroh., & Fatmawati, A. (2023). Pengembangan Kemasan Produk pada Industri Gula Merah. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 89-94.