

Pengembangan Packaging Produk Keripik Singkong untuk Menambah Nilai Jual Produk Menuju Ketahanan Ekonomi di Desa Pandan Sari

Iwan Doa Sampena, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Firsa Adam, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Rizki Gunawan, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Renggalis Ramadhani, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Agustina, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Arba'iah, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Riska Elpa Ayuni, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Nadia Sri Lusanti, Universitas Teuku Umar, Indonesia

ABSTRACT

Pandan Sari Village itself is one of the villages in Simpang Kanan District, Singkil Regency, Aceh Province. The local potential in Pandan Sari Village is MSME actors and is supported by the results of natural resources (SDA). The majority of the population of Pandan Sari village, the source of income of the general community, namely as MSME actors, one of which is Mr. Sugino's Cassava Chips. Marketing and product packaging are still classified as very simple, only using clear paper plastic without using product identity status, namely without labels and seen from marketing activities that are not yet effective. Community service through programs in assisting and providing training to the community to develop the products of MSME players in Pandan Sari Village so as to create community economic resilience through local potential. With the survey and observations that have been made, the service team has made efforts to help the welfare of the community, one of which is by helping the community of MSME players in packaging innovation, namely product labels and product banners in the hope of increasing the selling value of cassava chips products in Pandan Sari Village. There are several stages carried out starting from socialization and interviews to education to the community for the application of product innovation so that Cassava Chips products are capable and feasible to develop in order to create economic and social resilience of the community.

ARTICLE HISTORY

Received 31/10/2024

Revised 07/11/2024

Accepted 14/11/2024

Published 30/12/2024

KEYWORDS

Packaging Development; Cassava Chips; Product Selling Value; Village Economic Resilience

*CORRESPONDENCE AUTHOR

✉ iwansempena@yahoo.com

PENDAHULUAN

Menurut Nur'aeni, dkk. (2018), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dijalankan oleh individu, kelompok, atau badan usaha kecil lainnya. UMKM saat ini mendominasi dunia usaha di Indonesia dan berperan penting dalam perekonomian nasional. Salah satu daerah yang memiliki potensi lokal dalam pengembangan UMKM adalah Desa Pandan Sari. Namun, minat masyarakat dalam menjalankan usaha mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti sulitnya memperluas jangkauan pemasaran produk, minimnya pengetahuan masyarakat tentang tren pemasaran modern, serta persaingan dengan tempat perbelanjaan yang lebih modern dan mudah dijangkau. Akibatnya, produk UMKM dari desa tersebut, yang seharusnya memiliki daya saing, kurang diminati dan tertinggal di pasaran.

Salah satu produk unggulan dari UMKM Desa Pandan Sari adalah keripik singkong. Keripik singkong merupakan makanan ringan yang terbuat dari singkong (umbi-umbian) yang diolah dengan cara digoreng dan diberi berbagai varian rasa, seperti asin, pedas, gurih, atau manis (Prasetyo, 2014 dalam Ainun Mardiyah, 2020). Produk ini memiliki berbagai manfaat kesehatan, antara lain membantu mencegah diabetes, menurunkan risiko stroke, serta melancarkan sistem pencernaan (Varandhy Tambuwun, 2022). Keunggulan lain dari keripik singkong adalah kemudahan dalam proses produksinya serta ketersediaan bahan baku yang melimpah dan berkualitas. Dengan bahan baku yang mudah diperoleh dan proses produksi yang sederhana, produk ini seharusnya memiliki potensi besar untuk berkembang jika dikelola dengan baik.

Namun, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Pandan Sari dalam mengembangkan produknya. Salah satu kendala utama adalah kurangnya inovasi dalam berbagai aspek usaha, seperti kemasan produk (packaging), label, dan strategi pemasaran. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk,

tetapi juga memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing di pasaran. Selain itu, label produk yang informatif sangat diperlukan agar konsumen mengetahui identitas serta kualitas produk tanpa harus membukanya terlebih dahulu. Kurangnya inovasi dalam aspek ini menyebabkan produk kurang dikenal dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas.

Dampak dari minimnya inovasi dan kurangnya wawasan tentang segmentasi pasar sangat berpengaruh terhadap profit usaha. Penjualan produk cenderung mengalami fluktuasi, sehingga menghambat pertumbuhan UMKM di desa tersebut. Akibatnya, banyak masyarakat yang kehilangan minat untuk melanjutkan usaha mereka karena merasa tidak mendapatkan keuntungan yang signifikan. Selain itu, kurangnya edukasi mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan usaha yang efektif menyebabkan ketahanan ekonomi masyarakat belum terbentuk secara optimal. Ketahanan ekonomi masyarakat merupakan kondisi di mana perekonomian suatu komunitas mampu bertahan dan berkembang meskipun menghadapi berbagai tantangan, baik dari dalam maupun luar.

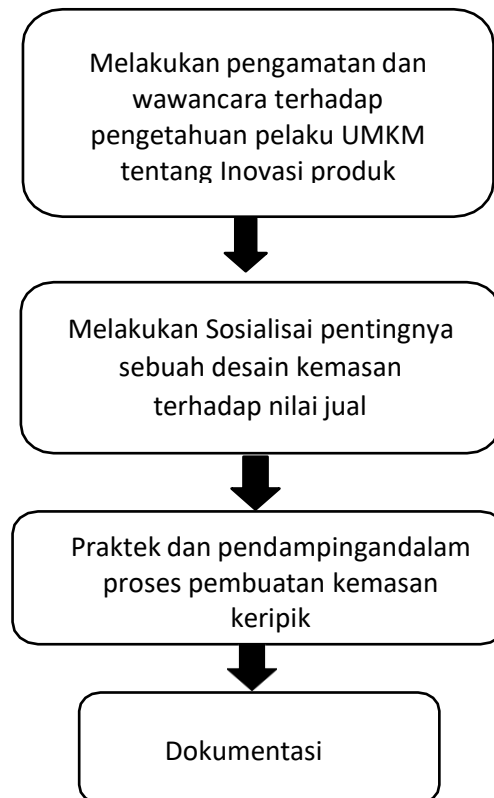
Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan upaya pemberdayaan masyarakat agar mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup dalam mengelola usaha. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah melalui program pemberdayaan yang melibatkan perguruan tinggi. Universitas Teuku Umar di Aceh Barat, misalnya, memiliki program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian desa melalui pemanfaatan potensi lokal. Program ini memungkinkan mahasiswa untuk terjun langsung ke masyarakat guna memberikan edukasi tentang inovasi produk, teknik pemasaran yang efektif, serta strategi peningkatan daya saing usaha.

Mahasiswa KKN di Desa Pandan Sari, Kecamatan Simpang Kanan, diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya inovasi dalam UMKM. Dengan adanya pendampingan dari mahasiswa, para pelaku usaha di desa ini dapat memperoleh wawasan tentang cara meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga membangun kemandirian dalam mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan agar program ini dapat berjalan dengan optimal. Pemerintah desa, akademisi, serta masyarakat perlu bersinergi untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kompetitif dan berdaya saing. Dengan adanya program seperti KKN yang fokus pada penguatan UMKM, diharapkan perekonomian di Desa Pandan Sari dapat mengalami pertumbuhan yang signifikan. Inovasi dalam produk dan pemasaran menjadi kunci utama agar UMKM lokal tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami kondisi objek ilmiah secara mendalam dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data, sehingga keterlibatan langsung dalam lapangan menjadi aspek penting. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive dan snowball, yang memungkinkan peneliti untuk memilih informan yang dianggap relevan dan memperluas jaringan informan berdasarkan rekomendasi dari subjek sebelumnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yakni menggabungkan berbagai sumber data untuk meningkatkan validitas temuan. Dalam hal ini, data dikumpulkan melalui metode observasi dan wawancara langsung dengan warga Desa Pandan Sari, sehingga memperoleh informasi yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Analisis data dilakukan secara induktif, dengan menitikberatkan pada pemahaman makna daripada sekadar mencari generalisasi. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan fakta, tetapi juga menggali perspektif serta pengalaman masyarakat secara lebih mendalam. Adapun alur metode yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam gambar di bawah ini untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai proses pengumpulan dan analisis data.. Alur metode yang digunakan dalam pengabdian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Bagan Alir kegiatan PKM

PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi Terkait Perencanaan Pembuatan Kemasan Produk Keripik Singkong

Pada tahap sosialisasi ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai tujuan dari pengabdian serta kegiatan yang akan dilakukan, sekaligus memberikan wawasan tentang konsep dan cara menambah nilai jual produk terutama dari segi pengemasan produk keripik singkong. Penjelasan atau pemahaman mengenai konsep pembuatan kemasan produk keripik singkong diharapkan dapat membantu masyarakat selaku produsen keripiki singkong agar lebih memahami secara baik tentang pentingnya kemasan yang menarik ditinjau dari segi produk. Pada tahap ini, para pelaku UMKM Desa Pandan Sari berdiskusi dengan tim pengabdian mengenai bagaimana konsep kemasan yang akan dikembangkan untuk produk Keripik singkong . Pada tahap ini juga dilakukan wawancara terhadap pelaku usaha keripik singkong terkait bagaimana desain dan packaging produk keripiki singkong yang akan dikembangkan.



Gambar 1. Sosialisasi dan Kujungan pada Pelaku UMKM Desa Pandan Sari



Gambar 2. Wawancara terkait perencanaan pembuatan Kemasan Keripik Singkong

Kegiatan Pendampingan Pembuatan Kemasan Keripik Singkong

Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat di Desa Pandan Sari akan melakukan pendampingan terkait bagaimana pembuatan kemasan produk keripik singkong, mulai dari pembuatan desain, perencanaan contoh kemasan yang akan digunakan sampai bagaimana proses dari pemasaran digital dan non-digital yang baik. Pendampingan dilakukan dengan cara mendampingi pelaku usaha UMKM keripik singkong dalam memberikan edukasi dan contoh penerapan serta tatacara praktek yang benar agar produk keripik singkong UMKM di Desa Pandan Sari ini dapat dijangkau lebih luas oleh konsumen secara online maupun pasar-pasar tradisional.



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Kemasan Keripik Singkong

Selain itu, tim pengabdian juga membuat spanduk atau tanda pengenalan kepada warga selaku rumah produksi Produk Keripik Singkong, sehingga dapat memudahkan calon konsumen mengetahui identitas produk sebagai yang memproduksi Produk Keripik Singkong, selain media sosial, pembuatan spanduk juga akan membuat dan dapat meningkatkan jual beli bagi rumah produksi Keripik Singkong.



Gambar 4. Dokumentasi Spanduk Rumah Produksi Keripik Singkong

Penelitian pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk keripik singkong yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Pandan Sari. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah pengembangan desain kemasan yang lebih menarik dan efektif agar produk memiliki daya saing yang lebih baik di pasaran. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam dua tahap utama, yaitu tahap sosialisasi dan tahap pendampingan. Melalui kedua tahap ini, diharapkan pelaku UMKM mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya inovasi dalam kemasan serta strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya tarik produk mereka.

Tahap pertama adalah sosialisasi, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap peran kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk. Dalam tahap ini, para pelaku usaha mengikuti berbagai kegiatan edukatif, seperti diskusi interaktif dan penyampaian materi mengenai pentingnya desain kemasan yang menarik. Mereka secara aktif berpartisipasi dalam diskusi dengan memberikan masukan terkait konsep desain yang diinginkan agar sesuai dengan karakteristik produk dan preferensi pasar. Selain itu, tim pengabdian juga

melakukan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik pelaku UMKM dalam hal desain dan kemasan produk keripik singkong. Dengan adanya identifikasi ini, tim pengabdian dapat menyusun strategi pengembangan kemasan yang tepat sasaran dan sesuai dengan harapan para pelaku usaha.

Tahap kedua adalah pendampingan, yang mencakup beberapa aspek penting dalam pengembangan desain dan pemasaran produk. Dalam aspek pengembangan desain, tim pengabdian membantu pelaku UMKM dalam menyusun konsep desain kemasan mulai dari tahap perancangan hingga finalisasi. Pelaku UMKM diberikan berbagai pilihan desain yang sesuai dengan identitas produk dan selera pasar, sehingga mereka dapat memilih yang paling cocok untuk diterapkan. Selain itu, aspek edukasi pemasaran juga menjadi fokus utama dalam tahap pendampingan. Pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan non-digital agar mereka dapat memperluas jangkauan pasar. Dengan memahami berbagai teknik pemasaran, mereka dapat lebih mudah memasarkan produk keripik singkong dengan kemasan baru kepada konsumen yang lebih luas.

Selain pengembangan desain dan edukasi pemasaran, peningkatan visibilitas produk juga menjadi salah satu upaya utama dalam program pengabdian ini. Tim pengabdian membantu pelaku UMKM dalam pembuatan spanduk dan tanda pengenalan produk agar produk keripik singkong lebih mudah dikenali oleh konsumen. Peningkatan visibilitas ini diharapkan dapat memperkuat branding produk dan menarik lebih banyak perhatian di pasar lokal. Dengan adanya kemasan baru yang lebih menarik, strategi pemasaran yang lebih efektif, serta peningkatan visibilitas di pasar, diharapkan UMKM di Desa Pandan Sari dapat meningkatkan daya saing dan nilai jual produk mereka secara signifikan.

SIMPULAN

Dalam menciptakan ketahanan ekonomi, inovasi produk dan pengembangan potensi desa menjadi langkah krusial, terutama bagi Desa Pandan Sari yang memiliki minat tinggi dalam bisnis UMKM. Namun, keterbatasan pengetahuan dalam inovasi produk dan pemasaran digital masih menjadi tantangan utama yang berdampak pada stabilitas ekonomi masyarakat. Untuk meningkatkan penjualan Keripik Singkong sebagai salah satu produk unggulan desa serta memperkuat ketahanan ekonomi, dilakukan berbagai inovasi strategis. Pertama, diadakan sosialisasi mengenai cara memperkenalkan produk rumahan agar lebih dikenal luas oleh masyarakat. Kedua, dilakukan perbaikan pada aspek kemasan dengan pembuatan packaging yang menarik dan lebih profesional sehingga meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. Ketiga, pemasaran produk diperkuat dengan pembuatan spanduk bagi rumah produksi Keripik Singkong, sehingga keberadaannya lebih mudah dikenali dan dijangkau oleh konsumen. Dengan serangkaian inovasi ini, diharapkan potensi UMKM di Desa Pandan Sari semakin berkembang dan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap ketahanan ekonomi masyarakat setempat.

REFERENSI

- Ainun Mardiyah. (2020). *Kajian tentang keripik singkong*. Universitas Brawijaya.
- Kholifah, L. (2022). *Analisis pangsa pasar: Studi teoritis dan aplikatif*. Universitas Gadjah Mada Press.
- Nur'aeni, dkk. (2018). *Pengembangan UMKM di Indonesia*. Universitas Indonesia Press.
- Prasetyo, T. (2014). *Pengolahan keripik singkong dan manfaatnya bagi kesehatan*. Universitas Negeri Malang Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambuwun, V. (2022). *Manfaat kesehatan keripik singkong: Analisis nutrisi dan kesehatan*. Universitas Airlangga.