

Pengembangan Produk UMKM Gethuk Singkong Menjadi Keripik Gethuk Melalui Inovasi Kemasan dan Label

Fytria Pramitha Dhea Nisa¹, Jesika Ersya Wiyandani², Wahyu Purwo Herdaningrum³, Ucu Agianto^{4*}

^{1, 2, 3} Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia

*e-mail korespondensi: ucukagiyantots@gmail.com

Received: 30-09-2024; Accepted: 11-10-2024; Published: 26-10-2024

ABSTRAK

Desa Poko terletak di Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo, mata pencaharian utama masyarakat di Desa Poko adalah sebagai petani dan pelaku usaha kecil. Sebagian besar hasil pertanian berupa singkong yang menjadi bahan baku utama bagi usaha kecil menengah (UKM) yang salah satunya mengolahnya menjadi gethuk. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh UKM gethuk singkong ini adalah kurangnya inovasi dalam mengembangkan produknya serta menciptakan kemasan yang mampu menarik minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk UMKM gethuk singkong menjadi keripik gethuk dengan melakukan inovasi pada kemasan dan label. Penelitian dilakukan di wilayah produksi UMKM Desa Poko Kecamatan Jambon Ponorogo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengembangan produk yang meliputi tahapan perancangan, produksi, dan evaluasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi pada kemasan dan label keripik gethuk dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pasar dengan cara salah satunya adalah penjualan melalui e-commerce. Keripik gethuk dengan kemasan dan label yang menarik diharapkan dapat menjadi produk oleh-oleh khas Ponorogo.

Kata Kunci: UMKM, Inovasi, Singkong.

ABSTRACT

Poko Village is located in the Jambon sub-district of Ponorogo Regency, and the main livelihood of the people in Poko Village is as farmers and small business actors. Most of the agricultural output consists of cassava, which serves as the main raw material for small and medium enterprises (SMEs), one of which processes it into gethuk. One of the challenges faced by these cassava gethuk SMEs is the lack of innovation in developing their products and creating packaging that can attract consumers. This research aims to develop the MSME product of cassava gethuk into gethuk chips by innovating the packaging and label. The research was conducted in the production area of MSMEs in Poko Village, Jambon District, Ponorogo. The method used in this research is the product development method, which includes the stages of design, production, and product evaluation. The results of the study indicate that innovations in packaging and labeling for gethuk chips can enhance product appeal and expand the market by means such as selling through e-commerce. Gethuk chips with attractive packaging and labeling are expected to become a typical souvenir product from Ponorogo.

Keywords: MSME, Innovation, Cassava.

PENDAHULUAN

Desa Poko merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Jambon di sebelah Selatan Kabupaten Ponorogo yang berjarak kurang lebih 18 kilometer dari pusat Kota Ponorogo. Kondisi geografis dataran rendah dan mata pencaharian utama Masyarakat Desa Poko yaitu sebagai petani serta pelaku UMKM. Sebagian besar hasil pertanian yang dihasilkan yaitu singkong, kacang dan jagung. Singkong memiliki potensi yang besar untuk dijadikan olahan produk yang memiliki nilai jual tinggi, alasannya adalah singkong memiliki kandungan gizi lengkap serta memiliki cita rasa khas yang disukai oleh masyarakat.

Peran UMKM semakin tepat untuk dikembangkan oleh pemerintah mengingat saat ini lebih mengutamakan potensi daerah-daerah di Indonesia. Agar tidak tertinggal dengan usaha sejenis lainnya, para pelaku usaha harus terus berinovasi dan berkreasi secara terus menerus untuk menarik minat pembeli. Kreativitas dan inovasi memegang peranan yang sangat penting dalam menjalankan suatu kegiatan usaha. Seiring dengan perkembangan zaman, banyak sekali keberhasilan yang dapat diraih oleh seorang pebisnis yang diawali dengan kreativitas untuk menemukan inovasi-inovasi dalam mengembangkan produk usaha atau bisnisnya. Kreativitas tersebut hendaknya dilandasi dengan cara berpikir yang progresif, ide-ide yang baru, dan berbeda dari produk yang sudah ada. Apabila seorang pebisnis mampu memaksimalkan kreativitas untuk melahirkan dan menciptakan suatu inovasi, maka usaha atau bisnis yang dikelolanya harus mampu memiliki tampilan yang berbeda dan unik dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya. (Nani et al., 2022).

UMKM memiliki peran dalam peningkatan pendapatan daerah melalui pemenuhan kebutuhan masyarakat atas suatu produk dan terbukanya lapangan pekerjaan. Melalui pengembangan UMKM dapat dijadikan salah satu solusi terbaik guna menanggulangi pengangguran dan pengentasan kemiskinan (Najib et al., 2022). Para pelaku UMKM di Desa Poko memanfaatkan hasil pertaniannya menjadi produk olahan makanan, salah satunya yaitu pelaku UMKM gethuk singkong.

Gethuk ialah olahan makanan tradisional yang berbahan dasar singkong. Di Desa Poko sendiri terdapat UMKM gethuk singkong yang telah berdiri sejak tahun 1992, yang didirikan secara turun temurun oleh keluarga Ibu Sarjinah. Sebagai pengusaha gethuk singkong, Ibu Sarjinah dalam menjalankan produksinya masih memakai peralatan tradisional. Selain itu beliau juga tidak memiliki karyawan tetap namun dibantu oleh keluarganya. Penjualan produknya hanya melalui pasar tradisional dan warga sekitar, dengan harga Rp 2.000.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh UMKM gethuk singkong ini adalah kurangnya inovasi dalam mengembangkan produknya dan menciptakan kemasan yang dapat menarik konsumen. Peran kemasan sendiri sangat penting dalam memberikan kesan pertama bahkan sebelum produk tersebut dikonsumsi. Kemasan (package) merupakan satu komponen penting yang digunakan untuk mengemas suatu benda/produk agar tetap dalam kondisi yang baik. Suatu desain kemasan yang buruk dapat menyebabkan citra yang jelek terhadap suatu produk dan sebaliknya apabila

kemasan yang baik dapat menarik minat konsumen terhadap suatu produk (Kurniawan et al., 2021).

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo melakukan suatu inovasi yaitu dengan mengolah gethuk singkong menjadi keripik gethuk serta memberikan kemasan dan label guna memperluas pemasaran atau target pasar. Program pengabdian ini ditargetkan dapat menghasilkan desain kemasan yang menarik dan siap didistribusikan di pasar serta diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk tersebut. Inovasi keripik gethuk ini untuk memberikan keuntungan yang lebih besar dan peminatnya yang luas bukan hanya dari kalangan orangtua tetapi juga akan diminati oleh generasi milenial saat ini.

Inovasi gethuk singkong menjadi keripik gethuk ini dipilih karena proses pengolahannya yang cukup mudah dan efisien. Dengan adanya inovasi ini diharapkan masyarakat Desa Poko dapat melanjutkan dan memperluas jangkauan produk sehingga dapat dijadikan sebagai produk unggulan atau oleh-oleh khas desa. Tujuan utama inovasi ini adalah memaksimalkan pendapatan, menumbuhkan antusias generasi milenial untuk menyukai olahan makanan tradisional dan membantu pelaku UMKM menjadi lebih terampil dalam menyiapkan olahan menarik bernilai jual tinggi.

METODE

Pelaksanaannya menggunakan metode pendidikan masyarakat, yang dimulai dengan survey ke lokasi UMKM di Desa Poko pada tanggal 5-6 Agustus 2024, dan dilanjutkan dengan penyuluhan. Untuk kegiatan penyuluhan ini sasaran utamanya yaitu seluruh pelaku UMKM dan Ibu-Ibu PKK dengan tema “Optimalisasi Media Sosial dan Jejak Digital untuk Membranding UMKM”.

Untuk keberlangsungan kegiatan ini dilakukan oleh tim pengabdian sesuai dengan divisi dan bidang keahlian dalam pengembangan produk. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2024 yang bertempat di Aula Desa Poko. Materi yang dipaparkan terkait dengan peran digitalisasi UMKM dan penjualan melalui e-commerce dengan tujuan memperluas jangkauan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Umum

Krethuk ialah nama brand inovasi produk dari gethuk singkong menjadi keripik gethuk. Krethuk memiliki bahan baku utama yaitu gethuk singkong, yang kami ambil dari gethuk milik Ibu Sarjina Desa Poko. Gethuk singkong yang kami ambil masih berupa utuhan yang kemudian dipipihkan dengan mesin penggiling, lalu diiris sesuai selera. Irisan keripik gethuk kemudian dijemur kurang lebih 2-3 hari atau juga bisa di oven supaya kering. Setelah itu keripik gethuk siap untuk digoreng.

Bahan baku dari krethuk ini mudah didapatkan dan tersebar diberbagai wilayah, khususnya di daerah Kabupaten Ponorogo. Krethuk memiliki khas yang gurih dan mempertahankan cita rasa asli gethuk karena tidak menggunakan bahan tambahan dan bahan pengawet lainnya. Dengan rasanya yang gurih menjadikan krethuk menjadikan

camilan yang disukai semua kalangan, terutama generasi milenial yang tidak suka makanan tradisional, namun dengan adanya krethuk ini bisa dipilih untuk camilan sehari-hari.



Gambar 1. Foto Produk Krethuk
Sumber: diolah dari kegiatan pengabdian

Strategi Pemasaran ***Inovasi kemasan***



Gambar 2. Inovasi Kemasan
Sumber: diolah dari kegiatan pengabdian

Kemasan yang digunakan berupa pouch dengan berat 200 gram, yang diberi stiker secara keseluruhan. Untuk kemasannya memuat nama brand, gambar produk, komposisi, dan contact person. Desain, bentuk dan bahan kemasan dibuat sebegus mungkin untuk menarik minat beli konsumen. Kemasan (packaging) produk penting untuk diperhatikan karena yang pertama kali tampak oleh konsumen yaitu kemasannya. Dengan adanya packaging yang menarik dan informasi produk yang lengkap dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan memperluas target pasar.

Label Produk

Label produk merupakan bagian dari kemasan yang memuat informasi mengenai produk. Yang berfungsi sebagai sarana komunikasi antara penjual dan konsumen melalui contact person yang tertera. Label dibuat supaya meyakinkan konsumen dan

dikenal oleh semua kalangan masyarakat. Dalam label biasanya mencakup berat bersih produk, tanggal kadaluarsa, serta tanggal produksi.

Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah kegiatan promosi atau pemasaran produk yang dilakukan melalui media digital atau pemasaran secara online. Dalam kegiatannya memanfaatkan internet dan produk teknologi modern seperti email dan media sosial. Beberapa platform yang digunakan dalam pemasaran digital meliputi e-commerce dan media sosial. Media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk kretek ini adalah whatsapp, Instagram, dan tiktok. Sedangkan untuk penjualan melalui e-commerce yaitu shopee dan tiktokshop. Digitalisasi UMKM memiliki peran penting seperti mendorong inovasi produk dan layanan, mencapai target pasar yang luas, dan membuka peluang kolaborasi dan kemitraan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengidentifikasi atau mengevaluasi faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan terdiri atas kekuatan dan kelemahan. Sementara itu faktor eksternal perusahaan terdiri atas peluang dan ancaman. (Masniar et al., 2022).

- a. Strength (Kekuatan)
 - Mengangkat cita rasa khas tradisional
 - Memanfaatkan hasil bumi dari Desa Poko
 - Berbahan dasar alami tanpa tambahan pengawet buatan
- b. Weakness (Kelemahan)
 - Ketergantungan bahan baku dari alam
 - Daya tahan produk
 - Pengolahan yang masih tradisional
- c. Opportunity (Peluang)
 - Tren inovasi makanan tradisional yang meningkat
 - Pemanfaatan digital marketing
 - Jangkauan pasar yang lebih luas
- d. Threats (Ancaman)
 - Persaingan pasar dengan produk sejenis
 - Kendala distribusi
 - Selera konsumen yang tidak menentu

KESIMPULAN

Program pengembangan produk gethuk singkong Bu Sarjina menjadi keripik gethuk di Desa Poko, Kecamatan Jambon, telah berhasil melakukan inovasi signifikan dalam upaya meningkatkan daya saing produk UMKM lokal. Melalui serangkaian

kegiatan yang meliputi riset pasar, pengembangan produk, desain kemasan, dan strategi pemasaran digital, produk gethuk tradisional berhasil diubah menjadi produk modern yang lebih menarik bagi konsumen. Akan tetapi masih kurangnya pelaku UMKM yang ada di Desa Poko sehingga perlu dilakukan pelatihan terkait produk inovasi keripik gethuk untuk membuka lapangan pekerjaan dan menambah potensi terciptanya UMKM baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendukung kegiatan pengabdian dan juga artikel kegiatan.

Daftar Pustaka

- Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 22–29.
- Masniar, M., Histiarini, A. R., & Sucipto, A. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Umkm Kripik Singkong Menggunakan Metode Swot. *Metode : Jurnal Teknik Industri*, 8(1), 1–10.
- Najib, M. F., Februadi, A., Djatnika, T., Rafdinal, W., & Magdalena, C. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64.
- Nani, Hindriari, R., & Sulaeman Anhari, A. (2022). Inovasi dan Kreativitas Usaha Keripik Singkong Ibu Imah Rosyidah di Masa Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 3(1), 23–38.
- Nardilasari, A. P., Studi, P., Informasi, S., Ilmu, F., Buana, U., Karawang, P., Karawang, K., & Barat, J. (2024). Sosialisasi dan digitalisasi Penjualan Produk Unggulan UMKM Desa Sindangsari Melalui Penggunaan E commerce sebagai Platform Pemasaran. *Abdima jurnal pengabdian mahasiswa*, 2(1), 3910–3919. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/download/4146/2891>
- Nurhadi. (2023). Strategi Pemberdayaan Bisnis Masyarakat Melalui Aktivitas Digitalisasi UMKM Guna Mengoptimalkan Potensi Penjualan (Studi Kasus pada UMKM Gudang Sandal). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 344–352. https://jurnalfkip.samawauniversity.ac.id/KARYA_JPM/article/view/389
- Pubiyanti, I., Putra, A. D., Setiawan, B., Hibatulloh, M. H., Ambar Saputri, N. A., & Sepsiana, W. S. (2021). Pelatihan Digitalisasi Umkm Dan Pembuatan Akun E-Commerce. *Buguh: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 8168–8176. <https://doi.org/10.23960/buguh.v1n2.107>.