

INOVASI KEMASAN DAN PEMASARAN KERIPIK SINGKONG RIPNIM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM

Kahlil Gibran¹, Nurul Rahmania², Dimitri Irfan Saputra³, Ilmi Yanti⁴, Serlin Hardianti⁵, Baiq Reinelda Tri Yunarni⁶

¹²³⁴⁵ Universitas Muhammadiyah Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
gibranchahlil@gmail.com¹ nianurul1994@gmail.com² dimitriirfan08@gmail.com³
ilmyyanti53@gmail.com⁴ serlinadriani@gmail.com⁵ , reinelda.yunarni@gmail.com⁶

Received: 01-09- 2024

Revised: 10-09-2024

Approved: 27-09-2024

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing keripik singkong dengan memperkenalkan kemasan yang lebih higienis, tahan lama, dan mampu menjaga cita rasa. Inovasi ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah pada keripik singkong, sehingga dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Topik ini dipilih karena keripik singkong merupakan produk unggulan lokal yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun, daya saing produk ini masih rendah akibat kemasan yang kurang higienis dan tidak tahan lama. Dengan memperbaiki kemasan, diharapkan keripik singkong dapat lebih diterima oleh konsumen dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar. Kegiatan pengabdian dilakukan di Desa Rempek, Kec. Gangga, Kab. Lombok Utara dengan kelompok usaha Keripik Singkong "RIPNIM". Tahapan dalam PKM ini meliputi; Pertama, dilakukan analisis kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh produsen keripik singkong. Selanjutnya, dilakukan penelitian dan pengembangan kemasan yang lebih higienis dan tahan lama. Setelah itu, dilakukan uji coba kemasan baru pada produk keripik singkong. Terakhir, dilakukan evaluasi dan pelatihan kepada produsen mengenai penggunaan kemasan baru serta strategi pemasaran yang efektif. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa inovasi kemasan yang lebih higienis dan tahan lama mampu meningkatkan daya saing keripik singkong. Produsen yang menggunakan kemasan baru melaporkan peningkatan penjualan dan kepuasan konsumen. Selain itu, keripik singkong dengan kemasan baru berhasil menembus pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Inovasi ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi keripik singkong dan diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan produk lokal lainnya.

Kata Kunci: Inovasi, Kemasan; Daya Saing; UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau disingkat UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat produktif yang keberadaannya mendominasi lebih dari 99% dalam struktur perekonomian nasional. Namun UMKM di Indonesia juga menghadapi berbagai tantangan, antara lain: terbatasnya permodalan, terbatasnya akses pasar, pengelolaan dan inovasi. Untuk mengatasi tantangan tersebut, UMKM perlu menerapkan strategi pengembangan yang tepat dan efektif (Dwi Ifani, Risma Ayu Febrianti, 2024).

Inovasi kemasan, *design* dan label produk juga perlu diperhatikan dalam melakukan pemasaran dikarenakan hal tersebut merupakan hal yang pertama kali menjadi perhatian pelanggan. Hal ini adalah merupakan salah satu strategi digunakan bisa berdasarkan dari kebutuhan pelanggan, data penjualan, maupun kompetitor (Sugeng et al., 2024; Wawan Cahyo Nugroho, 2024).

Pemberdayaan UMKM merupakan langkah awal yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan serta

mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat Indonesia. Dalam pemberdayaan UMKM, pemerintah mendorong Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) untuk terus tumbuh dan berkembang. UMKM ini dikembangkan untuk menekan angka kemiskinan serta pengangguran. Mengingat hal tersebut, peran strategis UMKM ini maka perlu adanya pemberdayaan UMKM agar mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta memiliki daya saing tinggi (Zulkifli et al., 2022).

Pengembangan inovasi kemasan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan merek dan keunggulan kompetitif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Inovasi melalui kemasan dan pemasaran dapat meningkatkan merek dan keunggulan kompetitif di pasar. Dalam persaingan yang semakin ketat, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Metode yang digunakan seperti analisis kebutuhan konsumen, desain kemasan yang kreatif, dan evaluasi dampak terhadap persepsi merek serta penjualan. Kemasan yang inovatif dan menarik dapat meningkatkan daya tarik produk, membangun citra merek yang positif, dan memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan (Purnomo, 2024);(Saniyyah et al., 2023);(Alinsari, 2021);.

Inovasi, peningkatan produksi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. Namun masalah yang dihadapi oleh usaha ataupun industri kecil saat ini adalah pengelolaan industri dan pemasaran(Arifudin, 2020);(Zahra et al., 2021).

UMKM “RIPNIM” merupakan salah satu UMKM yang sedang berkembang yang ada di Dusun Gelumpang Sanyar, Desa Rempek, Kec. Gangga, Kab. Lombok Utara. UMKM ini memproduksi singkong menjadi kripik. Kripik singkong adalah salah satu makanan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia sejak lama. Kripik ini dibuat dari singkong yang diiris tipis dan digoreng. Meskipun biasanya tersedia dalam berbagai varian rasa, kami tetap mempertahankan rasa original. Proses pembuatan kripik singkong meliputi pengirisan singkong menjadi tipis, penggorengan, pengeringan, pencampuran dengan bumbu, dan pengepakan. Pengeringan masih dilakukan secara manual, dengan waktu sekitar 5-10 menit untuk 2-3 kg kripik yang telah digoreng.

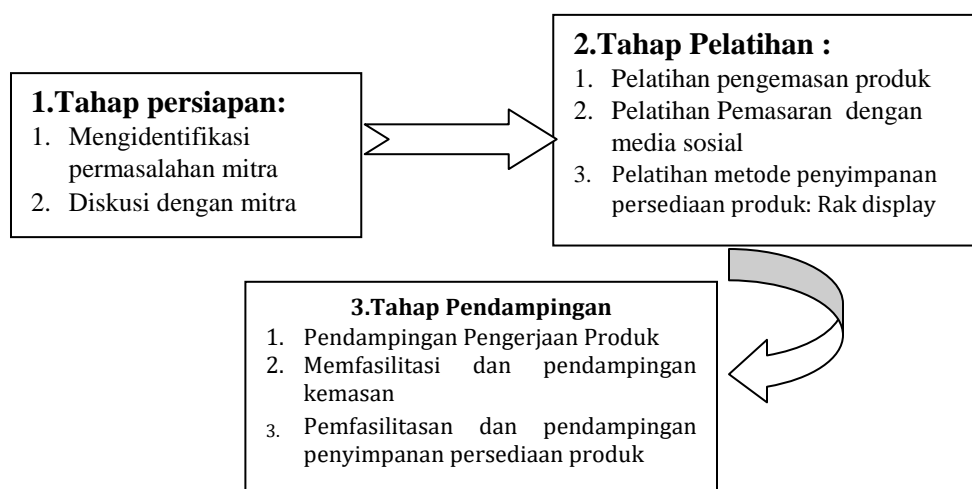
Sebagaimana diketahui, singkong adalah salah satu jenis umbi-umbian yang banyak tumbuh di Indonesia. Ia adalah tanaman perdu yang dapat hidup sepanjang tahun dan merupakan hasil pertanian kedua terbesar setelah padi. Oleh karenanya, tanaman ini banyak dibudidayakan oleh petani (Andarista & Soraya, 2022).

Analisis situasi dilakukan pada kelompok pengolah Kripik Singkong “RIPNIM” Rasa Original yang dikelola oleh Ibu Ripnim. Saat ini, kelompok ini dibantu oleh 4 orang dalam proses pengirisan, pengeringan, pencampuran bumbu, hingga pengepakan. Usaha ini telah berjalan selama 5 tahun dengan rasa original yang gurih. Dari pemantauan dan analisis bersama kelompok pengolah kripik tersebut, ditemukan beberapa masalah, yaitu kemasan yang kurang higienis dan kurang menarik. Hal ini menyebabkan penurunan minat masyarakat karena kemasan yang kurang kedap udara dan tidak dipasarkan secara luas, sehingga rasa kripik menjadi kurang gurih dan masa kedaluwarsa cepat.

METODE KEGIATAN

Dalam kegiatan pelaksanaan ini, kami lebih focus dalam penerapan pengemasan yang lebih modern secara kedap udara dengan memanfaatkan wadah *packaging* yang ada di pasaran. Setelah dalam hasil pengamatan pasca produksi penggorengan keripik tersebut, pelaku usaha langsung memasukkan pada plastik tipis, namun kita menggunakan kemasan *Stand Pouch* (Kemasan berdiri).

Kegiatan pengabdian dilakukan di Desa Rempek, Kec. Gangga, Kab. Lombok Utara dengan kelompok usaha Keripik Singkong “RIPNIM”. Kegiatan diawali dengan wawancara dengan kelompok usaha serta pendampingan mengenai program pengabdian masyarakat, dengan pengenalan penggunaan teknologi tepat guna. Tahapan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini dapat dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan kegiatan PKM

Selanjutnya dilakukan Evaluasi dengan cara membandingkan kondisi sebelum dan setelah kegiatan pengabdian ini dengan indikator kegiatan sebagai berikut :

1. Pendampingan Pengerjaan produksi: Pengiris singkong, pisau pengupas singkong, pengaduk bumbu, pengemasan produk.
2. Fasilitasi dan pendampingan kemasan (Stand Pouch kemasan, label kemasan).
3. Fasilitasi dan pendampingan penyimpanan persediaan produk: Rak display.

Pada program pengabdian ini, melibatkan 11 Mahasiswa dengan tugas membantu tim KKN dalam pelaksanaan pengabdian. Keterlibatan mahasiswa di sini, bertujuan untuk melatih mahasiswa lebih dekat dengan masyarakat, menambah daya pikir pemanfaatan teknologi tepat guna (produk yang efisien, dan berdaya saing), serta menambah pengalaman Mahasiswa di luar kampus akan pelaksanaan Catur Dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan,

dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Dalam usaha tersebut, melibatkan 4 Orang pekerja sebagai pelaku usaha, termasuk Ibu Ripnim. Hal ini merupakan Inovasi baru yang mereka alami, dan rasakan sebagai perubahan cara pemasaran lebih lanjut.

Peningkatan UMKM saat ini telah mengarah pada peningkatan daya saing dan pertumbuhan bisnis UMKM (Mardiana et al., 2024);(Istianingsih et al., 2023). strategi branding dan pemasaran yang diterapkan telah memberikan dampak positif terhadap visibilitas dan jangkauan pasar Keripik Singkong Ripnim memperkuat hubungan dengan konsumen. Pendekatan ini dapat diterapkan pada UMKM lainnya untuk membantu mereka berkembang di pasar yang kompetitif

Pada bagian ini uraikanlah bagaimana kegiatan dilakukan untuk mencapai tujuan. Jelaskan indikator tercapainya tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Ungkapkan keunggulan dan kelemahan luaran atau fokus utama kegiatan apabila dilihat kesesuaiannya dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Jelaskan juga tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun produksi barang dan peluang pengembangannya kedepan. Artikel dapat diperkuat dengan dokumentasi yang relevan terkait jasa atau barang sebagai luaran, atau fokus utama kegiatan. Dokumentasi dapat berupa gambar proses penerapan atau pelaksanaan, gambar prototype produk, tabel, grafik, dan sebagainya.

Inovasi kemasan yang diterapkan berhasil meningkatkan daya tahan produk keripik singkong, sehingga lebih tahan lama dan tetap menjaga karakter rasa. Selain itu, kemasan yang lebih higienis juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan penjualan dan kepuasan konsumen terhadap produk keripik singkong yang dikemas dengan inovasi baru ini.

Dampak dari program pengabdian masyarakat ini dengan program pendampingan Usaha Kelompok Keripik Singkong Ripnim Desa Rempek, Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara terhadap pengubahan kemasan ini diharapkan memenuhi dari tujuan awal dari hasil yang kita terapkan. Waktu pendampingan ke Kelompok Usaha tersebut berkisar 1 minggu, mulai dari pengenalan kelompok, wawancara ke narasumber(Pelaku usaha kelompok), Evaluasi dari hasil observasi dengan Kelompok KKN dan Kelompok Usaha, proses produksi, serta pendampingan penggunaan kemasan kedap udara menggunakan Stand Pouch(Kemasan Berdiri).

Dalam kegiatan kami ini, kami mengadakan survei dari berbagai usaha mesyarakat yang terdapat pada regional desa. Baik usaha mandiri perorangan, ataupun kelompok. Yang membuat kita tertarik dari usaha kelompok dalam pembuatan keripik singkong ini, adalah penggunaan kemasan yang kami rasa masih belum dapat bersaing saat dewasa ini. Maka dari itu, kami mencoba untuk melakukan riset sebagai awal sebelum kita memberanikan untuk melangkah dalam hal pembinaan usaha kelompok ini. Adapun Aspek Penunjang terlaksananya kegiatan kami di atas, sebagai berikut:

1. Media Standing Pouch yang dipakai



Gambar 2. Visual Kemasan Standing Pouch 500gr

2. Proses Pengolahan Umbi Singkong.



Gambar 3. Proses pengolahan Umbi singkong

3. Proses Pengemasan Menggunakan Stand Pouch (Berat kapasitas 500gr).



Gambar 4. Proses penimbangan dan pengemasan

2. Pemfasilitasi Hasil Produksi (Photo Produk kebutuhan promosi Sosmed, Expo, dan Penitipan ke Usaha Kampus UMMAT).



Gambar 5 Hasil Pengemasan dengan Standing Pouch.



Gambar 6 Foto Produk dalam kegiatan Expo KKN UMMAT 38.



Gambar 7 Penitipan Produk Ke UPT Bisnis UMMAT.

Pada gambar 5, 6 dan 7 menunjukkan peran aktif mahasiswa KKN untuk membantu memasarkan produk kripik singkong “RIPNIM” . Mahasiswa sebagai agen yang membawa perubahan dalam masyarakat dengan memfasilitasi inovasi dalam pengemasan dan pemasaran melalui berbagai even atau kegiatan kampus seperti kegiatan Expo KKN dan melakukan konsinyasi atau penitipan produk kripik singkong ke UPT Bisnis UMMAt. Kegiatan ini dapat memberikan dorongan atau motivasi kepada pelaku UMKM untuk lebih berkembang dan memberikan wawasan kepada para pelaku, pentingnya inovasi bisnis dalam hal pemasaran dan kemasan produk sehingga bisa bersaing dengan produk-produk sejenis. Dengan demikian usaha UMKM ini dapat bertahan dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang bertujuan meningkatkan kualitas kemasan keripik singkong kelompok “RIPNIM” telah berhasil mencapai sasarannya. Dengan mengadopsi inovasi kemasan stand pouch yang lebih modern, produk keripik singkong kini memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar. Kemasan baru ini tidak hanya memperpanjang masa simpan, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual produk, sehingga mampu menarik minat konsumen yang lebih luas.

Selain itu, program ini juga telah berkontribusi pada peningkatan pendapatan kelompok usaha “RIPNIM” dan membuka peluang bagi pengembangan UMKM di bidang pengolahan makanan. Kolaborasi antara tim pengabdian, kelompok usaha, dan masyarakat setempat telah menjadi kunci keberhasilan program ini.

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa inovasi sederhana, seperti perubahan kemasan, dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kualitas produk, daya saing usaha, dan perekonomian masyarakat. Program ini juga membuka peluang untuk pengembangan produk turunan dari keripik singkong dan penelitian lebih lanjut di bidang pengolahan pangan.

Kesimpulan ini mencakup elemen-elemen terbaik dari parafrase sebelumnya, seperti:

1. Fokus pada hasil: Menyoroti keberhasilan program dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing.
2. Dampak yang luas: Menyebutkan dampak program terhadap pendapatan kelompok usaha, pengembangan UMKM, dan masyarakat secara keseluruhan.
3. Inovasi sebagai kunci: Menekankan pentingnya inovasi dalam meningkatkan kualitas produk.
4. Kolaborasi sebagai faktor keberhasilan: Menyebutkan peran penting kerja sama antara berbagai pihak.
5. Potensi pengembangan: Menunjukkan adanya peluang untuk pengembangan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alinsari, N. (2021). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256–268. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268>
- Andarista, A. V., & Soraya, S. Z. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan

- Pembuatan Keripik Singkong Aneka Rasa di Desa Paron Ngawi. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37-42.
<https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i1.5312>
- Arifudin, O. (2020). PKM Making Packaging, Increasing Production and Expansion of Marketing of Keripik Singkong in Subang Jawa Barat. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 4(1), 21-36. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/integritas/article/view/514>
- Dwi Ifani, Risma Ayu Febrianti, M. B. (2024). Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Zigmarie Homeset & Fashion). *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 828-836.
- Istianingsih, N., Maros, A., Zulkifli, Ariyanto, Poiran, Bakar, A., & Elsyra, N. (2023). Peningkatan Produksi Dan Strategi Branding Pada Klaster Kerupuk Bawang Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(5), 710-715.
<https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i5.141>
- Mardiana, R., Meilina, D., Octavia, A., Lubis, T. A., Solikhin, A., Jambi, U., Studi, P., Manajemen, M., & Jambi, U. (2024). *Pendampingan Branding Umkm Melalui Sosial Media*. 2, 962-969.
- Purnomo, A. (2024). Pengembangan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Merek Dan Keunggulan Kompetitif Bagi Umkm Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(2), 72-76.
<https://doi.org/10.36448/jpu.v3i2.61>
- Saniyyah, Adviola, T. F., & Swasti, I. K. (2023). Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM di Kota Blitar Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk. *JURMA: JURNAL RISET MANAJEMEN*, 1(3).
- Sugeng, S., Salsabilah, C., & Hardiansyah, A. (2024). Strategi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Madu Lebah Klanceng (Trigona) Di Ogan Komering Ulu. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(1), 304-308.
<https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i1.531>
- Wawan Cahyo Nugroho, M. R. S. (2024). Pelatihan Kemasan, Design Dan Label Produk Bagi Pelaku Umkm Di Kecamatan Bubutan Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kolaborasidan Inovasi IPTEKS*, 2(2), 486-491.
- Zahra, I. P., Khoirunisa, Minarti, A., Silfiani, E., Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Toko Kuenak Di Ciputat Timur. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1-4.
- Zulkifli, L., Dwi Sasmitha, L., Qomaria, A., Nurhandayani, D., Dwi Pangestuti, F., Ghurfah, A., Ramas Arya, L., Rahayu, D., Habib, L., Setiawati, N., Rainaldy Juliansyah, M., Musmiawati, R., & Pendidikan Kimia, P. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Rasa, Pengemasan Serta Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing "Kripik Singkong. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1).
<https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.1384>