

Sosialisasi Pengembangan Produk Lokal Keripik Singkong Desa Cikeris

Shopi Anggraeni¹, Lina aliyani mardiana²

Manajemen, Ekonomi Bisnis

Email: mn20shopianggraeni@mhs.ubpkarawang.ac.id¹

lina.mardiana@ubpkarawang.ac.id²

Abstrak

Melibatkan konseptualisasi, perancangan, pengujian, dan peluncuran produk baru atau yang ditingkatkan ke pasar. Dalam proses pengembangan produk, perusahaan biasanya cenderung memilih mengembangkan produk baru untuk menggantikan produk lama. Meski begitu, pengembangan produk baru bukanlah tugas yang mudah. Membentuk sebuah strategi, tidak hanya untuk mengembangkan sebuah produk baru, tetapi juga bisa digunakan untuk mengembangkan produk yang lainDesa Cikeris merupakan salah satu Desa di Kecamatan Bojong, Purwakarta, Provinsi Jawa Barat. desa ini merupakan desa yang berpotensi tanaman singkong yang lumayan banyak, sehingga warganya menjadi pelaku UMKM olahan singkong, salah satunya adalah keripik singkong. Keripik singkong merupakan makanan ringan yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia, keripik singkong bahkan telah menjadi ikon makanan khas Indonesia dan digemari oleh semua kalangan, hal ini terlihat dari semakin banyaknya usaha kecil menengah yang memproduksi singkong. Dari segi ekonomi, industri produksi keripik singkong memiliki prospek yang menarik, karena konsumen dapat menikmati keripik singkong yang renyah, enak dan lezat dengan harga yang sangat terjangkau, sekaligus popularitas dan sosialisasi keripik singkong semakin meningkat. Sosialisasi yang dilakukan bertujuan untuk mencari solusi atas permasalahan UMKM desa Cikeris, terutama UMKM keripik singkong, dalam proses produksi. Selanjutnya penelitian dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan pelaku UMKM, dengan diskusi dan sesi tanya jawab, sehingga mendapatkan permasalahan dan solusi yang jelas. Metode ini bertujuan untuk memberikan suatu inovasi terhadap produk lokal di desa Cikeris yang bahan utamanya adalah singkong menjadi sebuah olahan keripik agar dapat mendapat nilai tambah, dalam menarik perhatian konsumen, sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat di desa Cikeris.

Kata Kunci: UMKM, Produk, Pemasaran, Sosialisasi

418 | A b d i m a J u r n a l P e n g a b d i a n M a h a s i s w a

Abstract

Involves conceptualizing, designing, testing, and launching new or improved products to market. In the product development process, companies usually tend to choose to develop new products to replace old products. Even so, new product development is not an easy task. Form a strategy, not only to develop a new product, but also to develop other products. Cikeris Village is one of the villages in Bojong District, Purwakarta, West Java Province. this village is a village that has quite a lot of potential for cassava plants, so that its residents become MSME actors in processing cassava, one of which is cassava chips. Cassava chips are snacks that are best known by the people of Indonesia, cassava chips have even become an icon of typical Indonesian food and are loved by all walks of life, this can be seen from the increasing number of small and medium enterprises producing cassava. From an economic perspective, the cassava chip production industry has attractive prospects, because consumers can enjoy crispy, tasty and delicious cassava chips at very affordable prices, as well as the popularity and socialization of cassava chips is increasing. The socialization carried out aims to find solutions to the problems of UMKM in Cikeris village, especially UMKM cassava chips, in the production process. Furthermore, research is carried out by direct interviews with MSME actors, with discussions and question and answer sessions, so that problems and clear solutions are obtained. This method aims to provide an innovation for local products in Cikeris village whose main ingredient is cassava into processed chips so that they can get added value, attract the attention of consumers, so that they can help the economy of the people in Cikeris village.

Keywords: SMEs, Products, Marketing, Outreach

Pendahuluan

Pengembangan produk adalah salah satu tahap kritis dalam siklus hidup bisnis. Proses ini melibatkan konseptualisasi, perancangan, pengujian, dan peluncuran produk baru atau yang ditingkatkan ke pasar. Pengembangan produk yang efektif tidak hanya membantu perusahaan untuk tetap relevan dalam pasar yang terus berubah, tetapi juga dapat menjadi sumber pertumbuhan dan keunggulan kompetitif. Hal ini dapat mendorong masyarakat untuk berpikir kreatif dan membantu partisipasi aktif dalam peningkatan standar ekonomi (Hertati, Asmawati, et al., 2022; Ilyas & Hertati, 2022; Tertiaavini et al., 2019).

Dalam proses pengembangan produk, perusahaan biasanya cenderung memilih mengembangkan produk baru untuk menggantikan produk lama. Meski begitu, pengembangan produk baru bukanlah tugas yang mudah. Karena perusahaan harus menentukan produk apa yang disukai konsumen, melakukan analisis pasar secara mendalam, dan menguji apakah produk yang akan dibuat dapat diterima oleh konsumen. Tentunya kegiatan tersebut membutuhkan banyak sumber daya dan dana, serta resiko yang besar pula. Agar pengembangan produk berjalan lancar dan mengurangi risiko, setiap perusahaan harus memiliki strategi pengembangan produk (Pratami et al., 2021; Putri et al., 2022; Tertiaavini et al., 2018).

Membentuk sebuah strategi, tidak hanya untuk perkembangan sebuah produk baru, tetapi juga bisa digunakan untuk mengembangkan produk yang lain. Dengan adanya strategi, bertujuan untuk menarik perhatian konsumen baik itu konsumen lama maupun baru, Adapun strategi tersebut, yaitu :

- a. Memahami kebutuhan pasar, dengan melibatkan analisis mendalam tentang tren industri, preferensi pelanggan, dan kesenjangan dalam pasar yang dapat diisi oleh produk baru.
- b. Melakukan penelitian dan inovasi, dapat melibatkan eksplorasi teknologi baru, konsep desain yang unik, atau bahkan menggabungkan konsep dari industri yang berbeda.
- c. Segmentasi pasar, perusahaan dapat mengidentifikasi segmen pasar yang berbeda berdasarkan karakteristik seperti usia, pendapatan, preferensi, dan kebiasaan. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih terfokus dan relevan.
- d. Mengatur rencana pemasaran, perencanaan pemasaran harus dimasukkan ke dalam proses. Bagaimana produk akan diposisikan di pasar? Apa nilai yang dijanjikan kepada pelanggan? Bagaimana produk akan dipromosikan? Pertanyaan-pertanyaan ini harus dijawab dalam rencana pemasaran yang matang.

Sehingga kita sangat membutuhkan ide untuk membuat sebuah alternatif pengembangan sebuah produk. Perkembangan teknologi yang pesat berdampak pada terciptanya fasilitas produksi baru. Peralatan produksi baru tersedia bagi perusahaan untuk mengembangkan produk, menghasilkan kualitas produk yang lebih baik dan hasil yang meningkat. (Hertati, 2022; Sadiah & Fahmi, 2022; Wulandari et al., 2022; Tertiaavini & Saputra, 2022).

Desa Cikeris merupakan salah satu Desa di Kecamatan Bojong, Purwakarta, Provinsi Jawa Barat. desa ini merupakan desa yang berpotensi tanaman singkong yang lumayan banyak, sehingga warganya menjadi pelaku UMKM olahan singkong, salah satunya adalah keripik singkong. Dengan demikian, beberapa langkah dapat dilakukan, seperti mengolah bahan mentah menjadi produk jadi yang memiliki nilai jual lebih tinggi, untuk meningkatkan keberadaan produk olahan. Pengembangan potensi keripik singkong Desa Cikeris dilakukan melalui sosialisasi, peningkatan pengetahuan masyarakat Desa Cikeris dalam pemasaran dan branding produk sehingga meningkatkan kualitas produk dan kemampuan penjualan. Bekerjasama dengan berbagai instansi Desa Petanang seperti perangkat desa, karang taruna dan PKK.

Singkong merupakan produk pertanian yang banyak ditanam sebagai tanaman tumpang sari, artinya ditanam berdampingan dengan tanaman lain atau sebagai tanaman sela menunggu musim tertentu. Pengembangan produk olahan singkong menjadi produk kuliner inovatif dengan bahan baku lokal berpotensi tumbuh menjadi usaha mikro di masyarakat. Singkong sangat fleksibel dan dapat langsung diolah menjadi makanan seperti membuat aneka keripik singkong, dan juga dapat diolah menjadi bahan makanan setengah jadi (intermediate) berupa tepung yang dapat digunakan sebagai bahan pembuatan kue (Saputra et al., 2021; Pratami et al., 2021; Tertiaavini & Saputra, 2022).

Keripik singkong merupakan makanan ringan yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia, keripik singkong bahkan telah menjadi ikon makanan khas Indonesia dan digemari oleh semua kalangan, hal ini terlihat dari semakin banyaknya usaha kecil menengah yang memproduksi singkong. Dari segi ekonomi, industri produksi keripik singkong memiliki prospek yang menarik, karena konsumen dapat menikmati keripik singkong yang renyah, enak dan lezat dengan harga yang sangat terjangkau, sekaligus popularitas dan sosialisasi keripik singkong semakin meningkat juga meningkat sangat tinggi (Hertati, 2022; Hartati et al., 2021; Adriansah & Yustita, 2022; Ilyas & Hertati, 2022).

Metode Penelitian

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di desa Cikeris, kecamatan Bojong, kabupaten Purwakarta, provinsi Jawa Barat. penelitian ini dilakukan dengan cara survey tempat, sosialisasi, wawancara untuk mendukung dalam proses produksi keripik singkong. Sosialisasi yang dilakukan bertujuan untuk mencari solusi atas permasalahan UMKM desa Cikeris, terutama UMKM keripik

singkong, dalam proses produksi, selanjutnya penelitian dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan pelaku UMKM, dengan diskusi dan sesi tanya jawab, sehingga mendapatkan permasalahan dan solusi yang jelas. Metode ini bertujuan untuk memberikan suatu inovasi terhadap produk lokal di desa Cikeris yang bahan utamanya adalah singkong menjadi sebuah olahan keripik agar dapat mendapat nilai tambahan, dalam menarik perhatian konsumen, sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat di desa Cikeris.

Hasil kegiatan PKM yang terdiri dari persiapan dan survey, kegiatan pelaksanaan, kegiatan evaluasi yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan dan survey,

Pada tahap ini penulis melakukan survey dengan cara mendatangi langsung tempat pengelolahan keripik singkong dan melakukan wawancara dengan pelaku UMKM. Bertujuan untuk mencari informasi terkait pemasaran yang digunakan dalam produksinya, setelah melakukan survey, ternyata pemasaran produk keripik singkong ini masing jauh kalah dengan perkembangan teknologi sekarang, yang dimana masih menggunakan Teknik titip menitip dari koperasi satu ke yang lainnya. Oleh karena itu penulis mencoba memberikan sosialisasi terkait cara pemasaran produk lokal agar bisa menarik perhatian konsumen, dan bisa menjual dengan luas. Dengan menggunakan kemasan yang semenarik mungkin.

2. Kegiatan pelaksanaan

Pada kegiatan ini penulis melakukan sosialisasi terhadap pelaku UMKM, menjelaskan bagaimana melakukan pemasaran produk, seperti:

- a. Cara melakukan pemasaran yang luas, penulis mencoba menjelaskan kepada pelaku UMKM untuk menggunakan sosial media, agar bisa menjual keripik singkong ke luar kota sehingga bisa meningkatkan pencapaiannya.
- b. Cara menarik perhatian konsumen dengan kemasan yang menarik
- c. Memberikan inovasi yang bisa membantu dalam pengelolahan keripik singkong.

3. Evaluasi

Tahap terakhir dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, penulis memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM dan masyarakat desa Cikeris, untuk memberikan pertanyaan dan jawaban bertujuan untuk mendapatkan solusi dan mengerti dan mampu mengaplikasikannya terhadap kegiatan pemasaran produksi, sehingga penulis merasa puas

dengan apa yang sudah dilakukan sebelumnya.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan sesuai dengan rencana, di rumah salah satu produksi keripik singkong, desa Cikeris, Purwakarta, Jawa Barat. yang menghasilkan peningkatan suatu produk, dalam sebuah pemasaran dan kemasannya. Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “**Sosialisasi Pengembangan Produk Lokal Keripik Singkong di Desa Cikeris**”, yang diikuti oleh masyarakat desa Cikeris, yang bertujuan kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait dengan pemasaran dan produksi keripik singkong, serta pengemasannya. Dengan menelusuri bagaimana cara pemasaran produknya dan bagaimana kemasan yang dipakainya, sehingga penulis melakukan penelitian dengan cara membuat kuisioner dibagikan kepada masyarakat, agar sosialisasi ini dapat menerapkan pengembangan produk lokal tersebut dalam pemasarannya.

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah Anda pernah mendengar tentang produk kami sebelumnya?	✓	
2	Apakah Anda pernah membeli produk kami sebelumnya?	✓	
3	Menurut Anda, apakah desain produk ini menarik dan sesuai dengan preferensi Anda?		✓
4	Dengan menggunakan pemasaran secara online bisa memudahkan anda dalam membeli produk kami?		✓
5	Apakah Anda lebih suka membeli produk ini langsung di toko fisik?	✓	
6	Apakah Anda akan merekomendasikan produk kami kepada teman atau keluarga?	✓	

Dari table diatas, penulis mendapatkan hasil bahwa pengembangan dalam membuat kemasan harus dimaksimalkan lagi, dan dibuat semenarik mungkin, karena terkadang konsumen tidak hanya melihat dari rasa saja, akan tetapi dalam penampilan kemasan juga dilihat, dan kebanyak warga desa Cikeris lebih tertarik membeli secara langsung tidak perlu menggunakan media online.

Kesimpulan

Pengembangan produk adalah salah satu tahap kritis dalam siklus hidup bisnis. Proses ini melibatkan konseptualisasi, perancangan, pengujian, dan peluncuran produk baru atau yang ditingkatkan ke pasar. Dalam proses pengembangan produk, perusahaan biasanya cenderung memilih mengembangkan produk baru untuk menggantikan produk lama. Meski begitu, pengembangan produk baru bukanlah tugas yang mudah. Membentuk sebuah strategi, tidak hanya untuk mengembangkan sebuah produk baru, tetapi juga bisa digunakan untuk mengembangkan produk yang lain, seperti memahami kebutuhan pasar, melakukan penelitian dan inovasi, segmentasi pasar,mengatur rencana pemasaran.

Ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih nyaman dan relevan. Bagaimana produk akan berlaku di pasar? Apa nilai yang menjanjikan kepada pelanggan? Bagaimana produk akan ditambahkan? Pertanyaan-pertanyaan ini harus dijawab dalam rencana pemasaran yang matang. Perkembangan teknologi yang pesat berdampak pada terciptanya fasilitas produksi baru. Peralatan produksi baru tersedia bagi perusahaan untuk mengembangkan produk, menghasilkan kualitas produk yang lebih baik dan hasil yang meningkat.

Desa Cikeris merupakan salah satu Desa di Kecamatan Bojong, Purwakarta, Provinsi Jawa Barat. desa ini merupakan desa yang berpotensi tanaman singkong yang lumayan banyak, sehingga warganya menjadi pelaku UMKM olahan singkong, salah satunya adalah keripik singkong. Singkong merupakan produk pertanian, banyak ditanam sebagai tanaman tumpang sari, artinya ditanam dipadukan dengan tanaman lain atau sebagai tanaman sela menunggu musim tertentu.

Keripik singkong merupakan makanan ringan yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia, keripik singkong bahkan telah menjadi ikon makanan khas Indonesia dan digemari oleh semua kalangan, hal ini terlihat dari semakin banyaknya usaha kecil menengah yang memproduksi singkong. Dari segi ekonomi, industri produksi keripik singkong memiliki prospek yang menarik, karena konsumen dapat menikmati keripik singkong yang renyah, enak dan lezat dengan harga yang sangat terjangkau, sekaligus popularitas dan sosialisasi keripik singkong semakin meningkat. Sosialisasi yang dilakukan bertujuan untuk mencari solusi atas permasalahan UMKM desa Cikeris, terutama UMKM keripik singkong, dalam proses produksi, Selanjutnya penelitian dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan pelaku UMKM, dengan diskusi dan sesi tanya jawab, sehingga mendapatkan permasalahan dan solusi yang jelas. Metode ini bertujuan untuk memberikan suatu inovasi terhadap produk lokal di desa Cikeris yang bahan utamanya adalah

singkong menjadi sebuah olahan keripik agar dapat mendapat nilai tambah, dalam menarik perhatian konsumen, sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat di desa Cikeris. yang menghasilkan peningkatan suatu produk, dalam sebuah pemasaran dan kemasannya.

Daftar Puastak

Terttiaavini, & Saputra, T. S. (2020). Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (Kb). Seminar Nasional AVoER XII 2020, 18–19.

Terttiaavini, T., Fitriani, A., & Saputra, T. S. (2018). Peningkatan Kompetensi Guru Dalam Pembuatan Bahan Ajar Menggunakan Media Pembelajaran Smart Learning Di Kabupaten Sembawa Sumatera Selatan. Jurnal Abdimas Mandiri, 1(1).

Terttiaavini, T., Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan “Kemplang Tunu” Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. Jurnal Abdimas Mandiri, 3(1).

Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2022). Literasi Digital Untuk Meningkatkan Etika Berdigital Bagi Pelajar Di Kota Palembang. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 6(3), 2155–2165.