

Original Research Paper

## Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Rasa, Pengemasan Serta Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing "Kripik Singkong" Desa Langko di Era Industry 4.0

Lalu Zulkifli<sup>1</sup>, Lala Dwi Sasmitha<sup>1</sup>, Atika Qomaria<sup>2\*</sup>, Dinda Nurhandayani<sup>2</sup>, Fadilla Dwi Pangestuti<sup>3</sup>, Ahliah Ghurfah<sup>3</sup>, Lalu Ramas Arya<sup>3</sup>, Dyah Rahayu<sup>4</sup>, Lalu Habib<sup>5</sup>, Nita Setiawati<sup>5</sup>, Nurmasita<sup>5</sup>, Muhammad Rainaldy Juliansyah<sup>6</sup>, Fitriyaningsih<sup>6</sup>, Rani Musmiawati<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Prodi Pendidikan Biologi, FKIP Universitas Mataram

<sup>2</sup> Prodi Pendidikan Kimia, FKIP Universitas Mataram

<sup>3</sup> Prodi Pendidikan Matematika, FKIP Universitas Mataram

<sup>4</sup> Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FKIP Universitas Mataram

<sup>5</sup> Prodi PPKN, FKIP Universitas Mataram

<sup>6</sup> Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP Universitas Mataram

<https://doi.org/10.29303/jpmipi.v3i2.1384>

Sitasi: Zulkifli, L., Sasmitha, L. D., Qomaria, A., Nurhandayani, D., Pangestu, F. D., Ghurfah, A., Arya, L. R., Rahayu, D., Habib, L., Setiawati, N., Nurmasita., Juliansyah, M. R., Fitriyaningsih & Musmiawati, R. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Rasa, Pengemasan Serta Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing "Kripik Singkong" Desa Langko di Era Industry 4.0. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1)

### Article history

Received: 11 Januari 2022

Revised: 01 Februari 2022

Accepted: 07 Februari 2022

\*Corresponding Author:

**Atika Qomaria**, Prodi Pendidikan Kimia, FKIP Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

Email:

[atikaqomaria93@gmail.com](mailto:atikaqomaria93@gmail.com)

**Abstrak:** Desa Langko merupakan salah satu desa yang dikenal dengan produksi berbagai makanan ringan seperti kripik singkong, kripik ubi, kue kering, kue basah, dan gula aren. Berdasarkan survei yang telah dilakukan, pengemasan kripik singkong masih terbilang sederhana dan belum memenuhi standar BPOM. Selain itu, rasa kripik singkong kurang bervariasi. Sehingga kami melakukan pendampingan UMKM ini bertujuan untuk memberikan solusi, evaluasi serta perbaikan terhadap permasalahan yang ada di UMKM diantaranya cara pengemasan, pemasaran, serta inovasi rasa. Adapun prosedur dalam kegiatan ini adalah 1) Pendekatan dan berkoordinasi dengan pemilik dan karyawan Kripik Singkong Najmul Khair. 2) Berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi mitra, sekaligus merencanakan kegiatan yang menunjukkan langkah-langkah solusi atas persoalan yang dihadapi. 3) Mahasiswa memberikan solusi sekaligus melakukan pengemasan, pemasaran dan inovasi rasa. 4) Mahasiswa melakukan survey melalui pengisian kuisisioner kepuasan terhadap inovasi rasa, kemasan terbaru, dan system pemasaran. 5) Pelatihan pengemasan, dan pemasaran produk melalui digital marketing kepada UMKM. 6) Penyerahan peralatan dan hasil pemasaran yang disumbangkan kepada mitra yang terkait untuk mendukung pembuatan produk yang akan dilaksanakan kedepan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu metode deskriptif dengan menggunakan 2 cara pengambilan data yaitu observasi dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran yang dikembangkan sangat baik. Selanjutnya, UMKM yang terkait telah menggunakan kemasan yang sesuai dengan standar hasil dari kegiatan pengabdian melalui KKN ini.

**Keywords:** Pemberdayaan UMKM, Inovasi Rasa, Pengemasan, Pemasaran.

## Pendahuluan

Kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu aplikasi dari tanggung jawab sebagai mahasiswa yang tertera dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam bentuk pemberdayaan masyarakat. Salah satu wujud pengabdian masyarakat adalah dengan cara melakukan pendampingan terhadap UMKM yang ada di masyarakat. Pendampingan UMKM ini bertujuan untuk memberikan solusi, evaluasi serta perbaikan terhadap permasalahan yang ada di UMKM diantaranya cara pengemasan, pemasaran, serta inovasi rasa. 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.

Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diarahkan agar menjadi pelaku ekonomi yang makin berbasis iptek dan berdaya saing dengan produk impor, khususnya dalam menyediakan barang dan jasa kebutuhan masyarakat sehingga mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam perubahan struktural dan memperkuat perekonomian domestik. Pengembangan UMKM dilakukan melalui peningkatan kompetensi perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi dalam iklim usaha yang sehat.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi UMKM NTB, jumlah UMKM di Lombok Barat di tahun 2021 mencapai 16.635 UMKM. Pemberdayaan UMKM perlu dilihat sebagai sebuah upaya yang komprehensif sehingga tercapai tujuan dan sasaran yang telah dicanangkan oleh pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Perkembangan UMKM industri makanan di Desa Langko cukup baik. Tercatat ada 27 UMKM di Desa Langko sesuai data dari Desa Langko dan UMKM beberapa narasumber. Oleh karena itu, persaingan yang ketat terjadi antar usaha sejenis, sehingga menuntut UMKM untuk selalu meningkatkan kualitas dan membenahi manajemen khususnya penyediaan kemasan serta meningkatkan pemasaran agar bisa bertahan, bersaing dan berkembang dengan perusahaan yang lebih besar. Penelitian ini selanjutnya akan menganalisis terkait kepuasan konsumen terhadap inovasi kemasan pada UMKM di Desa Langko.

Salah satu UMKM industri makanan di Desa Langko adalah kripik singkong Najmul Khair. Usaha ini menggunakan bahan baku yang mudah didapatkan dan proses pembuatan yang sederhana. Usaha kripik singkong ini mempekerjakan warga sekitar tempat produksi sehingga hal ini mengurangi angka pengangguran warga di Desa Langko. Akan tetapi berdasarkan survei yang kami lakukan, penggunaan kemasan kripik singkong masih terbilang sederhana dan belum memenuhi standar BPOM. Selain itu, rasa kripik singkong kurang bervariasi, sehingga perlu adanya solusi berupa inovasi varian rasa, kemasan yang lebih menarik dan modern serta pemasaran yang luas. Selanjutnya dilakukan studi terbatas terkait penerimaan konsumen terhadap inovasi yang telah dilakukan.

## Metode

Adapun prosedur dalam kegiatan ini adalah 1) Pendekatan dan berkoordinasi dengan pemilik dan karyawan Kripik Singkong Najmul Khair. 2) Berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi mitra, sekaligus merencanakan kegiatan yang menunjukkan langkah-langkah solusi atas persoalan yang dihadapi. 3) Mahasiswa memberikan solusi sekaligus melakukan pengemasan, pemasaran dan inovasi rasa. 4) Mahasiswa melakukan survey melalui pengisian kuisioner kepuasan terhadap inovasi rasa, kemasan terbaru, dan system pemasaran. 5) Pelatihan pengemasan, dan pemasaran produk melalui digital marketing kepada UMKM. 6) Penyerahan peralatan dan hasil pemasaran yang disumbangkan kepada mitra yang terkait untuk mendukung pembuatan produk yang akan dilaksanakan kedepan. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Dusun Sangiang Desa Langko

Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Sebagian besar masyarakat di Dusun Sangiang berprofesi sebagai pedagang. Khalayak sasaran adalah UMKM yang memproduksi Kripik Singkong Najmuk Khair yang berlokasi di Dusun Sangiang.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Rasa, Pengemasan, serta Pemasaran Kripik Singkong Najmul Khair menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan 2 cara pengambilan data yaitu observasi dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti; dalam hal ini konsumen yang mengonsumsi kripik singkong Najmul Khair. Kuisisioner yaitu membuat pernyataan tertulis yang dibagikan kepada responden untuk memperoleh sejumlah data tentang identitas dan penilaian responden terhadap inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran dari kripik singkong Najmul Khair. Responden adalah konsumen yang telah membeli produk kripik singkong Najmul Khair. Untuk metode kuisisioner daftar pernyataan memiliki item sebagai variasi jawaban tiap variabel untuk pernyataan yang berhubungan dengan beberapa parameter uji organoleptik kripik, tanggapan terhadap kemasan dengan pernyataan yang diberi alternatif jawaban 3 kategori dengan skor 1-3 yaitu: a. Setuju (S), b. Cukup (C), c. Tidak Setuju (TS).

## Hasil dan Pembahasan

Daya tarik kemasan sangat penting guna tertangkapnya stimulus oleh konsumen yang disampaikan oleh produsen. Bila konsumen telah tertarik atas produk tersebut diharapkan konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut. Menurut Wirya, Iwan (1999) daya tarik visual kemasan dapat digolongkan menjadi dua yaitu daya tarik visual dan daya tarik praktis. Daya tarik visual mengacu pada penampilan kemasan atau label suatu produk yang mencakup warna, bentuk, merek, ilustrasi, teks, tata letak. Warna biasanya dipakai untuk identifikasi produk sehingga produk dimaksud berbeda dengan produk-produk pesaing. Warna juga dipakai untuk menarik perhatian, warna yang terang atau yang cerah akan memantulkan cahaya lebih jauh dibanding warna gelap, sehingga konsumen diharapkan dapat lebih tertarik atas produk tersebut. Warna juga dipakai untuk meningkatkan selera dan sebagainya.

Langkah awal yang dilakukan adalah pendekatan dan berkoordinasi dengan pemilik dan karyawan Kripik Singkong Najmul Khair. Pendekatan tersebut dilakukan dengan cara sering berkunjung ke tempat produksi serta membantu kegiatan produksi. Setelah itu, mahasiswa berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Pemilik UMKM Kripik Singkong Najmul Khair. Dalam hal ini, masalah yang dihadapi berupa kemasan yang tidak sesuai standar, pemasaran yang tidak terlalu luas dan modern. Kemudian mahasiswa memberikan solusi dan pembaharuan berupa inovasi rasa yang baru yaitu varian rasa rujak, melakukan pengemasan serta pemasaran melalui *digital marketing* seperti *whatsapp*, *shopee*, *Instagram*, dan *facebook*. Selanjutnya Mahasiswa melakukan survei melalui pengisian kuisisioner kepuasan terhadap inovasi rasa, kemasan terbaru, dan sistem pemasaran. Sasaran kuisisioner adalah konsumen yang telah membeli kripik singkong Najmul Khair. Setelah dilakukan analisis data dan mendapat hasil positif dari konsumen. Mahasiswa mengadakan pelatihan terkait pengemasan dan pemasaran guna menambah wawasan UMKM terkait pengemasan dan pemasaran. Kemudian mahasiswa menyerahkan peralatan dan hasil pemasaran yang disumbangkan kepada mitra yang terkait untuk mendukung pembuatan produk yang akan dilaksanakan kedepannya.

Pada awalnya, produk kripik singkong ini masih dikemas secara sederhana dan dipasarkan di daerah sekitar Kabupaten Lombok Barat. Kualitas rasa yang cukup baik, jika didukung oleh kemasan yang menarik dan informatif serta pemasaran yang luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Konsumen reguler meliputi warung dan konsumen perorangan yang membeli produk melalui pesanan secara berkala. Kelemahan dari desain kemasan ini adalah belum ada keterangan apapun tentang produk dan daya tahan produk yang masih lemah. Kemasan produk masih menggunakan bahan plastik sederhana dan transparan. Penggunaan kemasan biasa ini ternyata masih belum menarik minat pembeli.



**Gambar 1.** Pelatihan dan praktek pengemasan produk (*packing product*) yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN Terpadu UNRAM bersama karyawan dan masyarakat sekitar di lokasi produksi kripik Najmul Khair.



**Gambar 3.** Pemasaran produk (*marketing product*) yang dilakukan Mahasiswa KKN Terpadu UNRAM.



**Gambar 2.** Variasi tampilan produk yang diproduksi oleh Mahasiswa KKN Terpadu UNRAM



Hasil yang diperoleh dari uji kepuasan konsumen adalah respon masyarakat serta konsumen terhadap inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran yang dikembangkan melalui penilaian pada angket respon yang diisi melalui angket tertulis. Angket respon terdiri dari 5 aspek penilaian, yaitu harga, kemasan produk, varian rasa produk baru, pemasaran produk, dan kepuasan konsumen terhadap produk yang dituangkan dalam 15 butir pernyataan. Hasil penilaian dari 20 responden (konsumen) menggunakan indeks kepuasan dengan 5 aspek penilaian diperoleh rata-rata tingkat kepuasan konsumen (%) dari seluruh aspek adalah 87,81%. Persentase rata-rata kepuasan dari 20 responden menunjukkan bahwa inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran yang dikembangkan sangat baik karena persentase kepuasan berada pada rentang  $80\% \leq x \leq 100\%$ .

Varian rasa kripik singkong terdiri dari 3 rasa yaitu balado, jagung manis, dan rujak. Varian terbaru yang dikembangkan yakni rasa rujak, varian ini merupakan inovasi yang di tinjau dari kebiasaan masyarakat Lombok mengonsumsi makanan pedas. Kripik Singkong Najmul Khair ini berbeda dari kripik singkong pada umumnya antara lain menggunakan bahan dan bumbu asli dari Indonesia, merupakan cemilan sehat dengan gizi yang lengkap, serta makanan cepat saji dan praktis, serta memiliki harga yang ekonomis.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan

1. Inovasi kemasan produk pada awalnya masih dikemas secara sederhana dan dipasarkan di daerah sekitar Kabupaten Lombok Barat. Kualitas rasa yang cukup baik, jika didukung oleh kemasan yang menarik dan informatif serta pemasaran yang luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Konsumen meliputi warung dan konsumen perorangan yang membeli produk melalui pesanan secara berkala.
2. Berdasarkan hasil uji kepuasan konsumen yang didapatkan dari 20 responden (konsumen) menggunakan 5 aspek penilaian diperoleh rata-rata tingkat kepuasan konsumen (%) dari seluruh aspek adalah 87,81%. Persentase rata-rata tersebut menunjukkan bahwa inovasi rasa, pengemasan serta pemasaran yang dikembangkan sangat baik karena persentase kepuasan berada pada rentang  $80\% \leq x \leq 100\%$ .
3. Varian rasa kripik singkong terdiri dari 3 rasa yaitu balado, jagung manis, dan rujak. Varian terbaru yang dikembangkan yakni rasa rujak, varian ini merupakan inovasi yang di tinjau dari kebiasaan masyarakat Lombok mengonsumsi makanan pedas.

Industri Kerupuk Impala. *Jurnal Pengabdian Graha*. 1(1):71-77.

<http://journal2.um.ac.id/index.php/jgp/article/view/9967>

Susetyarsi, Th. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*. 4(3):19-28.

<http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/157>

Tajuddin, Muhammad Dan Abdul Manan. (2017). Model Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis *Online* Dalam Mendukung Pariwisata. *Jurnal Matrik*. 17(1):66-74.

<https://doi.org/10.30812/matrik.v17i1.62>

## Ucapan Terimakasih

Penulis berterima kasih kepada Pihak Desa Langko dan pemilik UMKM yang telah memberikan fasilitas untuk menunjang kegiatan dan program kerja yang dilaksanakan Mahasiswa KKN. Kemudian ucapan terima kasih kepada pihak LPPM Universitas Mataram yang telah mengunjungi dan melakukan monev terhadap kegiatan mahasiswa KKN ke lokasi.

## Daftar Pustaka

Rachma, R.,O., dkk. (2022). Pendampingan Proses Produksi, Penerapan Gmp (*Good Manufacturing Practices*) Serta Pendugaan Masa Simpan Keripik Pisang Agung Umkm Japa Desa Gadingkulon. *Jurnal Budimas*, 4(1), 10-20.

<https://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/3851/1765>

Saputro A, Marchelia Nur Avirsa, Eka, Novita Sari Eka, Erlitasari, Nimas, Suyitno Imam, dan Hariri Afwan. (2019). Pengemasan Produk Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran