

## **Peningkatan Produktifitas Usaha Keripik Singkong Melalui Pendampingan Teknologi di Desa Geneng Kabupaten Jepara**

**Muhammad Abid Birrul Jabbar Shobir<sup>1)</sup>, Decky Rochmanto<sup>2)</sup>, Ahmad Ainur Rifqi<sup>3)</sup>, Dawam Khusnu Chuluq<sup>4)</sup>, Fery Irawan<sup>5)</sup>, Linda Yuliana<sup>6)</sup>, Melina Indah Susanti Azzahro<sup>7)</sup>, Muhamad Andriyan Saputra<sup>8)</sup>, Muthmainatus Tsaniah<sup>9)</sup>, Nita Lutfiana<sup>10)</sup>, Siti Yulia Zusnita<sup>11)</sup>**

<sup>1-10</sup>Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara

Email: [birrulabid@gmail.com](mailto:birrulabid@gmail.com)

### **Abstract**

Cassava chips are one of the snacks favored by residents because of their crunchy texture and can be enjoyed in any circumstances while relaxing. However, most cassava chips entrepreneurs still use packaging that is fairly monotonous and old-fashioned so that cassava chips are mostly only enjoyed by the elderly. This was also experienced by the partners chosen by the Geneng Village Community Service Team. The packaging used by partners is still in the form of clear plastic with a piece of paper inside that says "Taqiya Chips". In addition to packaging that is still ancient, marketing can also be said to be still in a limited reach, namely only in shops around the production site. This is what underlies the Geneng Village Community Service Team to serve these partners. The method that the author uses in this research is Community-Based Research where the author involves partners as work partners. The method used in this community service activity is Asset Based Community Development (ABCD) where this method utilizes the assets and potentials around them. The owner of Taqiya Chips has the potential to make a product from his private garden which becomes a chip product that can be sold. The problems faced are packaging that is still monotonous and unattractive, logos that are only in the form of writing, and marketing targets that are still narrow. The KKN team provided an innovation for branding Taqiya Chips. Then carry out packaging updates and create a logo with a new design appearance, then do product marketing that will be branded through Shopee, Instagram and Tokopedia, then the products will start to be distributed.

**Keywords:** Cassava chips, chips, KKN, effort.

### **Abstrak**

Kripik singkong merupakan salah satu jajanan yang digemari oleh warga karena teksturnya yang renyah dan dapat dinikmati dalam keadaan apapun sembari bersantai. Namun kebanyakan pengusaha kripik singkong masih menggunakan kemasan yang terbilang monoton dan kuno sehingga kripik singkong kebanyakan hanya dinikmati oleh khalayak tua. Hal ini juga dialami oleh mitra yang dipilih oleh tim KKN Desa Geneng. Packaging yang dipakai oleh mitra masih berupa plastik bening yang diberi potongan kertas di dalamnya bertuliskan "Taqiya Chips". Selain packaging yang masih kuno, pemasaran juga bisa dikatakan masih dalam jangkauan yang terbatas yaitu hanya di toko-toko sekitar tempat produksi. Hal inilah yang mendasari tim KKN Desa Geneng melakukan pengabdian terhadap mitra tersebut. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian kali ini yaitu Community-Based Research dimana penulis melibatkan mitra sebagai partner kerja. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah *Asset Based Community Development* (ABCD) dimana metode ini memanfaatkan asset dan potensi yang ada di sekitar. Owner Taqiya Chips memiliki potensi sehingga dapat membuat produk dari hasil kebun milik pribadi yang menjadi sebuah produk kripik yang dapat dijual. Adapun permasalahan yang dihadapi yaitu packaging yang masih monoton dan kurang menarik, logo yang hanya berupa tulisan, dan target pemasaran yang masih sempit. Tim KKN

memberikan sebuah inovasi untuk membranding Keripik Taqiya Chips. Lalu melaksanakan pembaruan packaging dan pembuatan logo dengan tampilan desain yang baru, kemudian melakukan pemasaran produk yang akan dibranding melalui Shopee, Instagram dan tokopedia yang kemudian produk mulai terdistribusikan.

**Kata Kunci:** Keripik singkong, keripik, KKN, usaha.

## **PENDAHULUAN**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pelaksanaan pengabdian masyarakat sebagai salah satu pilar Tri Dharma perguruan Tinggi yang diikuti oleh mahasiswa Program Strata Satu Unisnu Jepara (Sisino Riyoko, 2022). kegiatan ini bertujuan untuk mengimplementasikan pengetahuan dan teori yang telah didapatkan oleh mahasiswa di bangku perkuliahan kepada masyarakat setempat. Adapun penempatan peserta kuliah kerja nyata yaitu di desa-desa yang dirasa perlu untuk dikembangkan potensinya.

Kuliah kerja nyata UNISNU jepara kali ini mengangkat tema “Membumikan Nilai Aswaja An-Nadhliyah Melalui Pemberdayaan Ekonomi, Sosial, Dan Literasi Masyarakat”. Kegiatan ini diikuti oleh 750 mahasiswa yang tersebar dalam 7 kecamatan yaitu; Kecamatan Tahunan, Kecamatan Mlonggo, Kecamatan Kembang, Kecamatan Keling, Kecamatan Kedung, Kecamatan Batealit, dan Kecamatan Mayong.

Kegiatan ini terdiri dari dua jenis pengabdian yaitu kemitraan dan kolaborasi. Kegiatan berbasis kemitraan merupakan kegiatan dimana mahasiswa diminta mencari mitra untuk didampingi selama pelaksanaan KKN. Dalam pengabdian berbasis kemitraan, mahasiswa dibebaskan memilih satu mitra untuk didampingi baik mitra produktif seperti UMKM, BUMDES, dsb, maupun mitra non produktif seperti sekolah, organisasi masyarakat desa, dsb. Tim KKN Desa Geneng memilih mitra produktif untuk didampingi dan dibantu selama pelaksanaan KKN yaitu usaha keripik singkong yang dikelola oleh bapak H. Murtaja.

Desa Geneng merupakan desa dengan sektor pertanian dan perkebunan yang luas. Banyak warga yang menjadi petani dan mengelola lahan mereka masing-masing. Hasil pertanian dari lahan biasanya dijual ke pabrik, namun ada juga beberapa warga yang mengelola hasil panen mereka sendiri salah satunya yaitu dengan pembuatan kripik singkong seperti yang dilakukan oleh mitra dari tim KKN Desa Geneng.

H. Murtaja merupakan salah satu pemilik usaha pembuatan kripik. Mulai dari kripik singkong, kripik pisang, sampai rempeyek. Kripik yang dibuat oleh H. Murtaja termasuk dalam kripik yang amat diminati di masyarakat karena rasanya yang asin dan kripiknya yang tipis dan renyah. Namun kekurangan dari kripik ini yaitu packagingnya yang masih monoton seperti kripik pada umumnya, dimana hanya menggunakan plastik bening dan di dalamnya di beri keras bertuliskan “taqiya chips” yang merupakan nama dari usaha yang dimiliki oleh mitra. Dari segi pemasaran-pun masih terbilang kurang karena kripik hanya dipasarkan ditoko-toko dekat lokasi usaha.

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara, penulis menemukan beberapa temuan terkait permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Adapun permasalahan yang dihadapi yaitu packaging yang masih monoton dan kurang menarik, logo yang hanya berupa tulisan, dan target pemasaran yang masih sempit. Tim KKN memberikan sebuah inovasi untuk membranding Keripik Taqiya Chips. Lalu melaksanakan pembaruan packaging dan pembuatan logo dengan tampilan desain yang baru, kemudian melakukan pemasaran produk yang akan dibranding melalui Shopee, Instagram dan tokopedia yang kemudian produk mulai terdistribusikan.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah *Asset Based Community Development* (ABCD) dimana metode ini memanfaatkan asset dan potensi yang

ada di sekitar. Desa Geneng kaya akan potensi alam diantaranya adalah pertanian dan owner Taqiya Chips memiliki potensi sehingga dapat membuat produk dari hasil kebun milik pribadi yang menjadi sebuah produk keripik yang dapat di jual. (Ana Agustina & Izza Hanifuddin, 2021) terdapat lima langkah kunci dalam melakukan riset pendampingan yaitu *Discovery, Dream, design, Define dan Destiny*. Pada tahap *Discovery*, tim KKN melaksanakan wawancara serta observasi terhadap mitra keripik Taqiya Chips, kemudian pada tahap kedua yaitu *Dream* tim KKN memberikan sebuah inovasi untuk membranding Keripik Taqiya Chips. Lalu pada tahap ketiga yaitu *Design* pembaruan packaging dan pembuatan logo. Selanjutnya pada tahap *Define* tim bersama owner mengemas produk kedalam packaging dan tampilan desain yang baru, kemudian melakukan foto produk yang nantinya akan dipersiapkan untuk pemasaran. Dan untuk tahap terakhir yaitu *Destiny*, tim bersama owner melakukan pemasaran produk di Shoppe, Instagram dan tokopedia yang kemudian produk mulai terdistribusikan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara, penulis menemukan beberapa temuan terkait permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Adapun permasalahan yang dihadapi yaitu packaging yang masih monoton dan kurang menarik, logo yang hanya berupa tulisan, dan target pemasaran yang masih sempit.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis menawarkan beberapa solusi kepada mitra yaitu; pembaruan packaging dan pembuatan logo, pembuatan media sosial untuk keperluan pemasaran, peletakan titik di google maps, dan pemasangan banner di lokasi mitra.

Seiring berkembangnya zaman, persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Untuk menanggulangi hal tersebut, diperlukan adanya pembaruan-pembaruan yang sesuai dengan karakter dan selera masyarakat pada saat itu agar usaha tetap bisa bertahan untuk kedepannya. Solusi pertama yang penulis tawarkan kepada mitra yaitu pembaruan packaging dan juga logo mengingat packaging dan logo yang dimiliki mitra masih monoton dan terbilang kuno. Packaging yang semula hanya menggunakan plastik bening biasa dan di dalamnya diberi sepotong kertas bertuliskan "Taqiya Chips" diubah menjadi plastik klip yang bisa ditutup kembali jika keripik tidak langsung habis dimakan. Dan untuk potongan kertas yang biasa diletakkan didalam packaging diubah menjadi stiker logo dari usaha dan ditempel di sisi depan plastik dan stiker komposisi yang ditempel di bagian belakang packaging baru. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memperbaiki packaging yang lama agar nampak lebih menarik karena penulis berencana mengubah target pemasaran sebelumnya dari yang hanya menjadikan kaum tua sebagai target pemasaran menjadi lebih luas yaitu menjadikan kaum muda juga sebagai target pemasaran kedepannya.

Solusi kedua yaitu pembuatan akun sosial media. Seperti yang telah dijelaskan diatas, penulis berencana untuk memperluas target pemasaran dari usaha yang dimiliki mitra yang mulanya hanya khalayak tua menjadi khalayak muda juga. Untuk merealisasikan hal tersebut, disamping memperbaiki logo dan packaging, penulis juga membuatkan akun instagram usaha yang akan dikelola oleh anak pemilik usaha kedepannya karena sang pemilik usaha sendiri tidak lagi mampu mengelola atas alasan usia.

Upaya terakhir yang dilakukan oleh penulis yaitu penyematan lokasi mitra di google maps dan pemasangan banner logo mitra. Hal ini dilakukan sebagai upaya mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi usaha yang dimiliki oleh mitra kedepannya.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam rangka memberikan solusi kreatif dan inovatif dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama ini. Dalam kegiatan ini mitra akan diberikan teknologi tepat guna, pendampingan bagaimana memproduksi keripik singkong yang berkualitas dan dikemas secara baik sehingga lebih tahan lama.

Untuk menempuh hasil yang lebih maksimal, para anggota Tim KKN Desa Geneng turut serta dalam produksi kripik singkong.

Tahapan pertama yang dilakukan dalam memproduksi kripik singkong yakni pengupasan. Dalam mengupas singkong, H. Murtaja menggunakan alat pengupas buah yang berukuran besar.



Gambar 1. Proses Pengupasan Singkong

Untuk tahap pengolahan, yakni pada saat pemotongan/ pengirisan singkong membutuhkan waktu yang lebih lama, karena pemotongan/ pengirisan singkong hanya dilakukan secara manual/ tradisional, yaitu dengan menggunakan pasrat. Pemotongan/ pengirisan dengan menggunakan pasrat ini tidak bisa dilakukan secara cepat, karena akan mengakibatkan jari terluka jika tidak berhati-hati. Kemudian pada tahap pengolahan mutu rasa/ bumbu hanya memberikan penyedap makanan ke keripik singkong yang telah mereka goreng. Penyedap makanan ini diberikan dengan cara ditaburi di atas keripik yang sudah dimasukkan ke dalam dalam toples, lalu ditutup dan dikocok sampai penyedap/ bumbunya merata. Proses yang dilakukan saat penggorengan adalah singkong dimasukkan ke dalam wajan yang minyaknya sudah panas lalu diaduk agar tidak sampai hangus dan masakannya merata. Untuk singkong yang sudah matang di taburi bumbu penyedap rasa original saja. Pada tahap ini, tidak ada solusi maupun sosialisasi apapun dikarenakan beberapa hal yang mana satu diantaranya ialah prinsip yang dipegang teguh oleh mitra untuk tidak mencampurkan varian rasa lain kedalam kripik sebab alasan tertentu.



Gambar 2. Proses pemotongan Singkong



Gambar 3. Proses Penggorengan Kripik Singkong

Untuk tahap pengemasan, bahan baku kemasan yang digunakan adalah bahan yang sederhana dan gampang didapatkan yaitu plastik ukuran 2 ons. Bahan baku untuk proses pengemasan ini tersedia hampir di sebagian besar warung yang ada di sekitar Desa Geneng. Untuk merk dagang usaha keripik singkong ini, sebagian besar kelompok usaha keripik singkong di desa ini sudah memiliki merk, dan hanya sebagian kecil yang belum menggunakan merk. Sementara untuk proses pengemasan, usaha keripik singkong di Desa Geneng menggunakan cara manual atau cara tradisional. Cara yang dilakukan adalah keripik singkong hanya dibungkus plastik ukuran kecil dan di kasil label kertas kecil, kemudian dilipat dan distaples di atas untuk merekatkan bungkus agar kedap udara. Belum adanya mesin pres-presan menjadi kendala tersendiri saat proses pengemasan. Pada tahap ini, Tim KKN Desa Geneng melakukan pembaharuan packaging da juga logo menjadi plastic klip yag lebih tebal da logo yang dicetak dalam bentuk stiker guna menghindari tercampurnya tinta ke dalam makanan.



Gambar 4. Kemasan Keripik Singkong yang lama



Gambar 5. Kemasan Keripik Singkong yang baru

Pada tahapan yang terakhir yaitu tahap pemasaran, model pemasaran yang dilakukan oleh sebagian besar anggota kelompok usaha keripik singkong di Desa Geneng yaitu hanya dengan mengantarkan sendiri dan menitipkan keripik singkong mereka di warung-warung kecil. Jika stok keripik singkong di warung-warung tersebut masih banyak, maka mereka tidak akan memproduksi keripik singkong dulu sampai keripik singkong sebelumnya habis terjual. Hal ini mengakibatkan produksi keripik singkong oleh pengusaha ini tidak berjalan tiap hari. Untuk jangkauan pemasaran, sebagian besar anggota kelompok usaha keripik singkong ini hanya berani memasarkan didaerah sekitar saja, dan itupun dimasukkan ke warung-warung terdekat dengan rumah mereka. Pada tahap ini, Tim KKN Desa Geneng membantu mitra untuk memperluas jangkauan pemasaran yakni dengan melalui media online marketplace.



Gambar 6. Sasaran Pengabdian Masyarakat Usaha Keripik Singkong

## **KESIMPULAN**

Usaha keripik singkong “Pak H. Murtaja” sebagai mitra pengabdian masyarakat, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam rangka memberikan solusi kreatif dan inovatif dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama ini. Dalam kegiatan ini mitra akan diberikan teknologi tepat guna untuk pemasaran diantaranya yaitu pembuatan media Shopee, Instagram dan tikopedia, tim KKN melakukan pendampingan bagaimana memproduksi keripik singkong yang berkualitas dan dikemas secara baik sehingga lebih tahan lama. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa Kegiatan. Dalam kegiatan pengabdian ini, tim KKN berusaha menciptakan suatu ide kreatif dan ide inovatif untuk memberikan nilai tambah terhadap komoditas keripik singkong di Desa Geneng Kecamatan Batealit Kabupaten Jepara. Salah satunya dengan mengubah cara produksi dengan menggunakan kemasan baru yang lebih menarik sehingga kapasitas produksi dapat meningkat. Kemudian memasarkan keripik singkong dalam kemasan yang berkualitas baik serta label yang menarik sehingga dapat meningkatkan harga jual keripik singkong serta memperluas wilayah pemasarannya.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan artikel ini banyak pihak-pihak yang sangat berjasa bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga artikel pengabdian ini dapat terselesaikan.
2. Bapak petinggi Desa Geneng yang senantiasa menerima Tim KKN UNISNU XII untuk berproses dan melakukan pengabdian di Desa Geneng.
3. Bapak H. Ahmad Murtaja selaku mitra KKN UNISNU Desa Geneng yang telah menerima kami dengan sangat baik dan dengan tangan terbuka ikut membimbing kami selama KKN berlangsung.
4. Bapak Decky Rochmanto, S.T., M.T selaku dosen pembimbing lapangan yang senantiasa membantu memberi arahan dan solusi selama pelaksanaan KKN dan mengarahkan penyusunan laporan dan artikel pengabdian agar sesuai dengan petunjuk.
5. Teman-teman tim KKN Desa Geneng yang senantiasa saling menguatkan dan membantu satu sama lain sehingga artikel pengabdian ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amzeri, A. 2016. Profil Pengembangan Jagung Madura. Penerbit: UTM Press.  
Rahayuningsih, E.S. 2016. Profil Ubi Kayu. Penerbit: UTM Press  
Saputro, S.D. 2016. Profil Pendidikan Madura. Penerbit: UTM Press.  
Ana Agustina & Izza Hanifuddin. (2021). *Peluang Usaha Melalui Pengembangan Keterampilan dalam Memanfaatkan Faktor Produksi di Dusun Ngrandu*. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol. 2, No.2. Hlm. 106-116.