

PKM UMKM Singkong Keju Beku Melalui Alih Teknologi Untuk Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Produk

Fitrah Al Anshori ^{1*}, Wahyu Hidayat ², Eva Sohriati ³

¹⁻³ Universitas Cokroaminoto Palopo

*fitrahal@uncp.ac.id;

Abstrak

Pengolahan singkong keju beku yang dilakukan mitra selama ini masih sangat sederhana dan tradisional. Untuk itu, diperlukan pengembangan usaha singkong keju. Dalam menjalankan usahanya, mitra masih menggunakan cara-cara konvensional dan tradisional mulai dari proses produksi, pengelolaan keuangan, hingga pemasaran. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam rentang waktu empat bulan, yang dimulai dari bulan Juli sampai Oktober 2022. Setelah dilakukan proses pelatihan dan pendampingan kepada mitra yaitu singkong keju beku dimulai dari bulan Juli – Oktober 2022 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat telah terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, manajemen, kualitas produk telah tercapai. Kegiatan ini masih berlanjut untuk bagian pelatihan dan pendampingan penjualan agar omset mitra semakin meningkat.

Kata Kunci: singkong keju beku, alih teknologi, kualitas produk

Pendahuluan

Beberapa pelaku usaha melirik camilan singkong keju beku sebagai peluang usaha. Di antara pelaku usaha yang tertarik menggeluti usaha ini adalah Ibu Usriani Ballong yang beralamat di Kelurahan Rampoang, Kecamatan Bara, Kota Palopo. Ia memulai usaha ini tahun 2018. Dalam setahun perjalanannya, jenis usaha ini kemudian diikuti oleh empat pelaku usaha lainnya yang juga beralamat di Kelurahan Rampoang, Kecamatan Bara, Kota Palopo.

Pengolahan singkong keju beku yang dilakukan mitra selama ini masih sangat sederhana dan tradisional. Untuk itu, diperlukan pengembangan usaha singkong keju beku ini dengan pemanfaatan teknologi dari hasil penelitian yang telah ada. Usaha singkong keju beku yang dijalankan mitra setiap harinya mampu memproduksi rata-rata 4 kg singkong keju beku per hari yang dikemas dengan plastik menjadi 20 bungkus. Berat per bungkus berkisar 400 gram yang dijual eceran Rp. 8.000,- per bungkus. Tenaga kerja yang digunakan mitra untuk menghasilkan kapasitas produksi tersebut antara dua sampai tiga orang. Singkong keju beku yang dihasilkan telah mampu dipasarkan di sekitar rumah mitra.

Dalam menjalankan usahanya, mitra masih menggunakan cara-cara konvensional dan tradisional mulai dari proses produksi, pengelolaan keuangan, hingga pemasaran. Dalam proses produksi, mitra masih menggunakan alat-alat sederhana seperti penggunaan pisau dapur saat mengupas singkong. Begitu juga saat merajang singkong dalam ukuran

kecil berbentuk kotak mirip dadu, mitra hanya menggunakan pisau dapur. Saat pengemasan produk pun masih menggunakan cara tradisional. Pengemasan singkong tanpa dibantu alat sealer, tetapi dilakukan hanya dengan menggunakan nyala lilin untuk merekatkan atau menyatukan kedua sisi kemasan plastik. Proses yang serba manual ini jelas berdampak pada pengembangan usaha singkong keju beku sebab membutuhkan proses produksi yang cukup lama. Ini menyebabkan mitra selama ini tidak dapat memenuhi permintaan pelanggan akibat terbatasnya volume produksi.

Terkait kemasan produk, selama ini mitra hanya menggunakan kemasan plastik biasa, tidak menggunakan kemasan plastik vakum. Hal ini membuat waktu simpan singkong keju beku tidak tahan lama. Produk hanya mampu bertahan selama tujuh hari, meskipun disimpan di lemari es.

Persoalan lainnya yang dihadapi mitra yakni produk belum memiliki pelabelan. Meskipun produk sudah beredar di pasaran atau ke beberapa konsumen, namun produk beredar masih dalam kemasan polos atau tidak bermerek. Ketidadaan merek membuat produk yang dihasilkan sulit dikenal oleh pasar. Mitra juga belum memiliki pemahaman akan arti pentingnya mendaftarkan merek produk.

Mitra usaha juga belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai brand image atau citra merek atas produk singkong keju beku miliknya, sehingga singkong keju beku yang dihasilkan tidak memberikan kesan bagi konsumennya. Manajemen usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha singkong keju beku masih sangat sederhana. Mitra belum terbiasa untuk membuat catatan keuangan seperti catatan pengeluaran dan pemasukan. Selain itu kadang-kadang keuntungan hasil penjualan produk masih digunakan untuk kepentingan-kepentingan pribadi yang menyebabkan arus kasnya menjadi tidak terkontrol. Hal ini yang membuat mitra sulit untuk menghitung berapa omset penjualan. Konsep pemasaran produk yang dilakukan mitra juga masih konvensional. Belum ada pemahaman strategi pemasaran yang baik, sehingga mitra belum dapat mengembangkan usahanya secara optimal. Selama ini mitra memasarkan produknya dengan sistem *door to door* atau mendatangi rumah rumah warga. Mitra belum memahami konsep pemasaran berbasis teknologi digital.

Berdasarkan hasil analisis situasi dari keadaan tersebut di atas, maka pengabdian ini difokuskan kepada peningkatan kualitas dan kuantitas produk melalui alih teknologi. Target yang ingin dicapai melalui kegiatan PKM ini adalah: mitra memiliki kemampuan dan keterampilan mengoperasikan alat perajang, sealer, *vacuum sealer* dalam kegiatan produksi singkong keju beku; produk mitra memiliki daya simpan yang lebih lama; mitra memiliki merek dan sudah terdaftar; mitra memiliki keterampilan mengoperasikan *software accounting* dalam kegiatan pengelolaan keuangan; mitra memiliki keterampilan mengoperasikan website penjualan sebagai strategi pemasaran digital.

Begitu banyak ibu rumah tangga yang memanfaatkan ubi sebagai bahan baku dalam menjalankan roda usahanya, di antaranya adalah para ibu rumah tangga di Kelurahan Rampoang, Kota Palopo. Sayangnya, pengelolaan usaha belum berjalan maksimal dikarenakan beberapa hal di antaranya adalah keterbatasan kemampuan pelaku usaha dalam manajemen usaha, pengelolaan keuangan, dan alat-alat produksi yang masih sangat sederhana.

Selanjutnya, berdasarkan pengamatan dan wawancara penulis dengan berbagai pihak tentang pengelolaan singkong keju beku, baik dalam bentuk penelitian ataupun pengabdian, masih jarang dilaksanakan atau mungkin belum pernah dilakukan di Palopo, khususnya di Kecamatan Bara, Kelurahan Rampoang. Keadaan seperti ini misalnya terungkap dari pernyataan Ibu Usriani, sebagai ketua mitra yang menyatakan bahwa mereka merasa terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Setiap pelaku usaha tentu menghendaki usahanya bisa berjalan lancar dengan hasil yang optimal, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Peningkatan hasil usaha akan berdampak pada meningkatnya pendapatan taraf hidup masyarakat. Seperti itulah yang diharapkan para mitra atau pelaku usaha Singkong Keju Beku di Kelurahan Rampoang.

Pendampingan yang dilakukan ini berusaha untuk membantu para mitra mengembangkan usahanya, sehingga terjadi perubahan ekonomi rumah tangga ke arah yang lebih baik. Secara umum pengembangan usaha mitra ini dilakukan dengan proses pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara bertahap.

Dalam konteks pendampingan yang dilakukan penulis, maka kondisi yang diharapkan tercapai setelah mereka mengikuti kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Mitra memiliki kemampuan dan keterampilan mengoperasikan alata-lat prduksi yang efektif dan efisien, seperti alat perajang, sealer, vacuum sealer
2. Produk mitra memiliki daya simpan yang lebih lama
3. Mitra memiliki merek produk dan sudah terdaftar
4. Mitra memiliki keterampilan mengoperasikan *software accounting* dalam kegiatan pengelolaan keuangan
5. Mitra memiliki keterampilan mengoperasikan website penjualan sebagai strategi pemasaran digital.
6. Mitra memiliki kemampuan memasarkan produknya secara digital

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam rentang waktu empat bulan, yang dimulai dari bulan Juli sampai Oktober 2022. Kegiatan dilaksanakan di tiga tempat. Tempat pertama dilakukan di kafe Solata, Rampoang, tempat kedua dilakukan di Kantor Kelurahan Rampoang, dan tempat ketiga dilaksanakan di salah satu rumah mitra di Kelurahan Rampoang. Khalayak sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para ibu rumah tangga yang berdomisili di Kelurahan Rampoang, Kecamatan Bara, Kota Palopo. Mereka adalah ibu rumah tangga yang selama ini menjalankan usaha singkong keju beku.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, yang dilakukan oleh tim pelaksana yaitu melakukan survei kepada mitra, melakukan diskusi dan pengamatan seputar masalah yang dihadapi oleh mitra. Selanjutnya membentuk tim yang terdiri dari dosen dengan bidang yang berbeda serta mengajak mahasiswa untuk menjadi bagian dari tim pelaksana. Setelah itu proposal disusun dan diajukan melalui simlitabmas.



Gambar 1. kegiatan FGD dengan mitra UMKM singkong keju beku

Tahap yang kedua yaitu pelaksanaan. Berdasarkan 11 masalah yang dialami mitra pada bagian sebelumnya maka digunakan metode pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. Metode yang dilakukan untuk mengatasi masalah bidang produksi mitra yaitu memberikan pelatihan dan pendampingan dalam bentuk praktik langsung menggunakan alat dari pelaksana dan bahan dari mitra, adapun kegiatan untuk mengatasi masalah produksi yaitu praktik penggunaan alat perajang ubi praktis, praktik penggunaan alat sealer packing produk, praktik penggunaan alat vakum produk. Setiap mitra didampingi oleh pelaksana dan mahasiswa serta dilakukan evaluasi pretest dan posttest untuk melihat peningkatan keterampilan mitra pada kegiatan ini.
2. Metode kegiatan yang digunakan untuk mengatasi masalah manajemen keuangan mitra yaitu dengan memberikan pelatihan dan praktik langsung melakukan pengelolaan keuangan yang benar, melatih dan mempraktikkan cara menggunakan software accounting. Kegiatan ini didampingi oleh mahasiswa dan pelaksana kegiatan mengisi catatan di aplikasi accounting. Pemantauan dilakukan dengan melihat secara langsung mitra menggunakan software accounting sebagai bahan evaluasi.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan dan pendampingan merk produk, pengelolaan keuangan, strategi branding, penjualan di media sosial.

3. Metode yang digunakan untuk mengatasi masalah pemasaran mitra yaitu dengan terlebih dahulu memberikan pengetahuan mengenai digital branding dan pendaftaran merek di Kemenkumham. Pada tahap ini mitra akan diberikan pelatihan membranding produknya agar memiliki nilai tambah dan mudah dikenali konsumen. Selanjutnya mitra akan diberikan pelatihan membuat foto produk komersial. Setelah memiliki foto produk, selanjutnya mitra diberikan pelatihan menginput foto dan deskripsi produk di website yang telah disediakan oleh pelaksana kegiatan. Selanjutnya mitra akan diberikan pelatihan membangun toko di media sosial dan menggunakan fitur promosi yang ada di media sosial seperti facebook dan instagram untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan target pasar yang lebih banyak. Seluruh kegiatan pelatihan dan pendampingan dipantau oleh pelaksana dan mahasiswa untuk mengevaluasi keefektifan seluruh kegiatan tersebut, dalam hal ini yang dievaluasi yaitu peningkatan jumlah konsumen, repeat order dan peningkatan omset dan pendapatan mitra. Evaluasi seluruh kegiatan dilaksanakan dengan tujuan untuk mencapai target luaran, yaitu peningkatan pendapatan, jumlah aset, kualitas dan kuantitas, keterampilan, kemampuan manajemen, dan omset mitra.

Tahap ketiga yaitu evaluasi dan pelaporan. Evaluasi program ini dilakukan pada seluruh kegiatan dengan memonitoring perkembangan dan kemajuan yang dilakukan mitra dengan menggunakan instrumen evaluasi pada setiap kegiatan. Mitra didampingi hingga benar-benar mahir menggunakan seluruh teknologi yang ditransfer sehingga mitra tetap dapat menjalankan usahanya berdasarkan pelatihan dari tim pelaksana. Untuk memastikan kegiatan usaha mitra tetap operasional, maka pelaksana menyediakan modul sebagai panduan bagi mitra untuk menjalankan usahanya. Modul yang disediakan antara lain, modul penggunaan alat-alat produksi, modul penggunaan

aplikasi pengelolaan keuangan, modul penggunaan website untuk pemasaran secara digital.



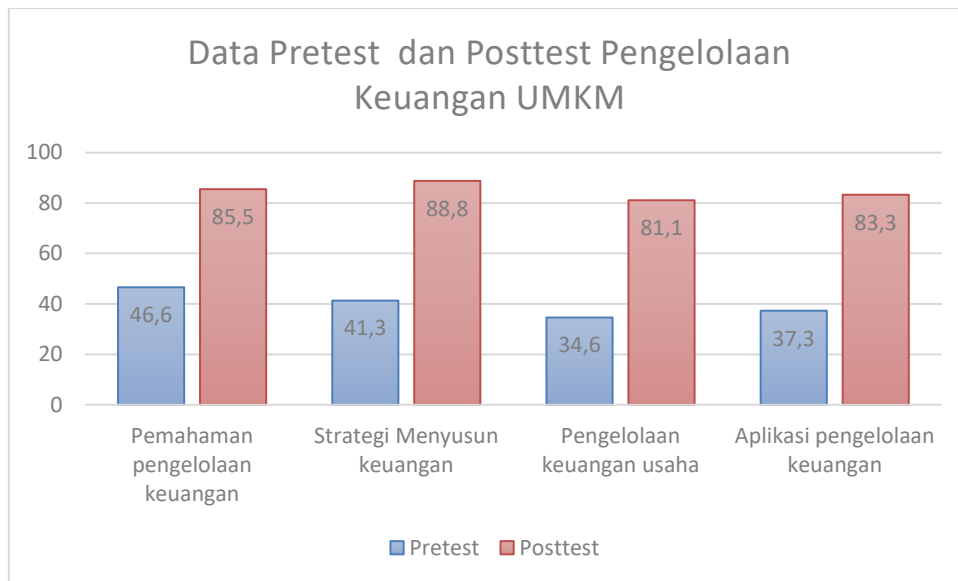
Gambar 3. Kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan alat - alat produksi

Selanjutnya mitra diberikan angket pre-tes dan post tes yang diisi oleh mitra. Tujuan dari pre untuk melihat kemajuan dari usaha yang dimiliki oleh mitra

Indikator keberhasilan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah meningkatnya hasil usaha mitra baik kualitas maupun kuantitasnya. Peningkatan yang dimaksud berupa, terjadi peningkatan pendapatan mitra, tersedia merek mitra yang sudah terdaftar, peningkatan jumlah aset, peningkatan kualitas produk menjadi lebih tahan lama, keterampilan mitra dalam mengoperasikan alat-alat mitra meningkat, peningkatan kemampuan manajemen keuangan mitra, peningkatan pengetahuan mitra (produksi, merek, keuangan, pemasaran digital).

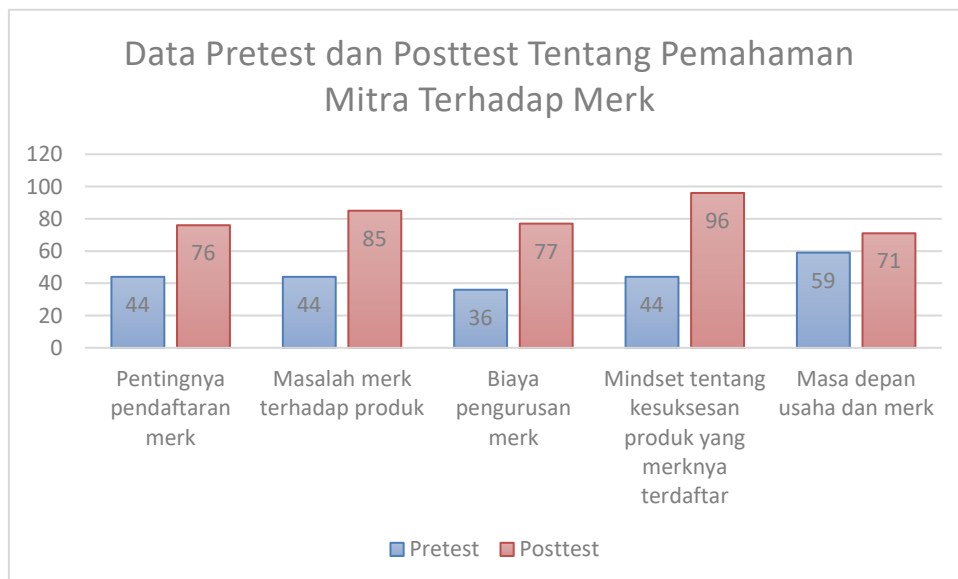
Hasil dan Pembahasan

Data pretest dan post test diambil untuk mengetahui bagaimana perubahan pengetahuan dan keterampilan mitra setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan oleh tim pelaksana. Data dianalisis setelah mitra mengisi kuesioner skala likert sebelum dan setelah dilakukan kegiatan. Adapun kategori yang diuji yaitu tentang pengelolaan keuangan UMKM, Pemahaman mitra tentang merk dan pentingnya merk bagi usaha mereka, digital branding dan teknik fotografi produk, serta penggunaan alat untuk meningkatkan hasil produksi dan penjualan.



Gambar 4. Data Pengelolaan Keuangan UMKM

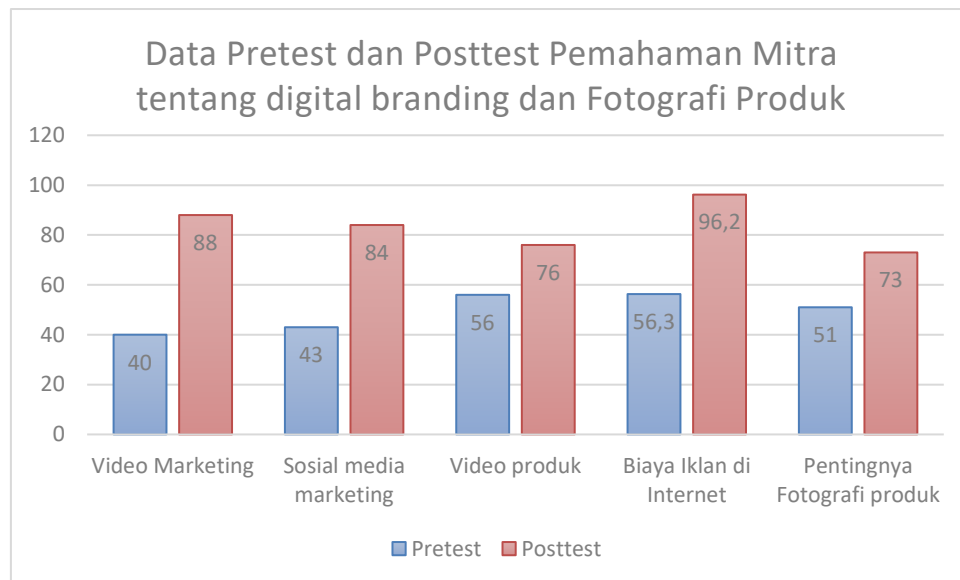
Berdasarkan data yang telah diperoleh mengenai pengelolaan keuangan, maka dapat dilihat bahwa mitra sudah memiliki pengetahuan awal mengenai bagaimana pentingnya pemahaman pengelolaan keuangan bagi kehidupannya, serta bagaimana pentingnya pengelolaan keuangan bagi usaha mereka. Namun diantara mitra tersebut masih terdapat yang belum memahami bahwa pengelolaan keuangan itu merupakan hal penting yang harus diketahui. Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan dan kembali ditanyakan mengenai keuangan, ternyata mitra mengalami peningkatan pengelolaan keuangan terutama berbasis aplikasi



Gambar 5. Data Pemahaman Mitra Terhadap Merk

Setelah dilakukan analisis data tentang pemahaman mitra terhadap pentingnya merk terhadap suatu usaha dapat kita lihat bahwa mitra juga sudah mengetahui tentang pentingnya merk untuk didaftarkan kemenkumham. Namun pengetahuan mitra belum

pernah dilaksanakan dan belum pernah melakukan pendaftaran. Mitra juga berpendapat bahwa pengurusan merek akan menghabiskan anggaran yang sangat besar. Selain itu mitra juga memiliki mindset bahwa usaha tidak terlalu berpengaruh signifikan setelah memiliki merk yang terdaftar karena menganggap yang utama adalah produknya sudah dikenal oleh masyarakat.



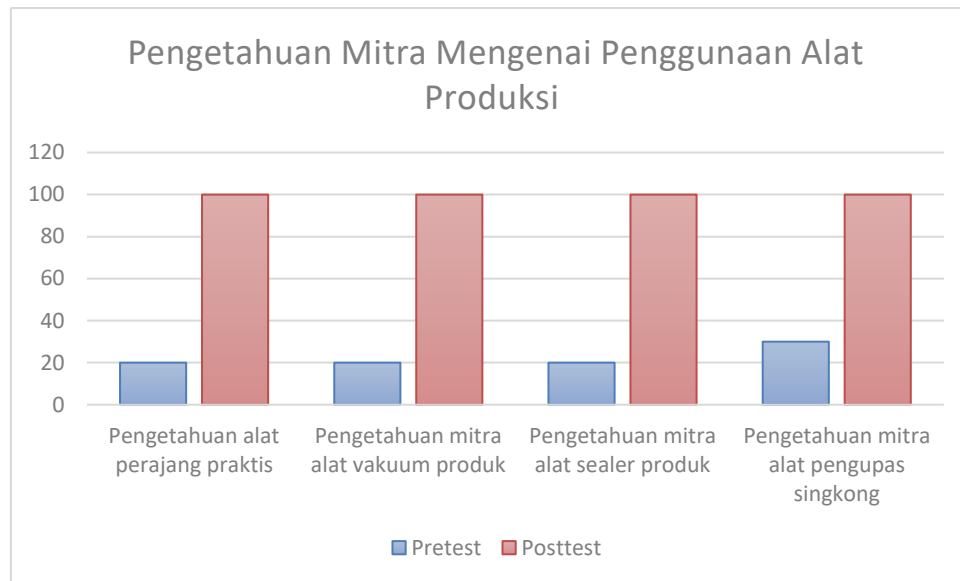
Gambar 6. Data Pemahaman Mitra tentang Digital Branding dan Fotografi Produk

Berdasarkan dari gambar 3 terlihat bahwa terjadi peningkatan pengetahuan mitra tentang digital branding dan fotografi produk. Sebelumnya mitra belum memahami bahwa membuat video promosi itu penting, setelah diberikan pelatihan pengetahuan mereka meningkat. Begitu juga di kategori sosial media marketing serta video marketing. Adapun untuk biaya iklan mitra masih berpendapat bahwa biaya iklan di internet itu mahal dan dianggap dapat mengganggu keuangan kas nantinya. Untuk fotografi produk mitra menganggap bahwa fotografi tidak terlalu berdampak signifikan terhadap penjualan produknya.

Setelah diberikan pelatihan mengenai alat-alat produksi singkong keju beku agar semakin praktis mereka awalnya tidak mengetahui bahwa terdapat alat yang dapat membantu mereka agar proses pemotongan singkong dapat menjadi lebih efektif dari segi waktu, selain itu mereka juga belum mengetahui bahwa terdapat sealer dan alat vakuum yang berguna bagi produk mereka agar kualitasnya bertambah. Namun setelah diberikan pelatihan dan pendampingan alat ternyata mitra jadi paham dan merasa lebih mudah dalam penggunaan alat tersebut untuk proses produksinya.

Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan selama 4 bulan telah terlihat perubahan mitra dari segi manajemen bisnis, strategi produksi menjadi lebih baik, waktu produksi menjadi lebih singkat. Mitra sangat membutuhkan kegiatan pelatihan seperti ini dimasa mendatang. Tim pelaksana masih akan memberikan kegiatan pendampingan terhadap strategi pemasaran yang efektif dan dapat membantu meningkatkan hasil penjualannya. Setelah diamati selama 4 bulan, terdapat 1 masalah mitra yang belum dapat terselesaikan yaitu kurangnya stok singkong yang dapat dibeli oleh pelaku UMKM.

Mereka harus menunggu stok baru kemudian melanjutkan kembali kegiatan mereka, meski stok hanya kosong dalam hitungan harian tetapi hal ini mestidiantisipasi jika terjadi lonjakan pembelian dari costumer mitra.



Gambar 7. Pengetahuan Mitra Mengenai Penggunaan Alat Produksi

Kesimpulan

Setelah dilakukan proses pelatihan dan pendampingan kepada mitra yaitu singkong keju beku dimulai dari bulan Juli 2022 – Oktober 2022 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat telah terjadi peningkatan pengetahuan, ketarampilan, manajemen, kualitas produk telah tercapai. Kegiatan ini masih berlanjut untuk bagian pelatihan dan pendampingan penjualan agar omset mitra semakin meningkat. Mitra harus tetap diberikan bimbingan karena persaingan usaha yang semakin ketat dimasa mendatang.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih disampaikan kepada DRPM Kemendikbudristek yang telah mendanai kegiatan ini melalui kontrak induk 097/E5/RA.00.PM/2022. Ucapan terima kasih juga kepada LPPM Universitas Cokroaminoto Palopo yang telah mensupport kegiatan pengabdian ini hingga selesai. Terima kasih kepada Lurah Rampoang Kecamatan Bara, Kota Palopo karena telah berpartisipasi, dan ucapan terima kasih kepada UMKM Singkong Keju Beku Kelurahan Rampoang, Kota Palopo.

Referensi

- Zainudin, A., Priyadi, A., Pamungkas, D. (2021). Pengaruh Ilustrasi Desain Kemasan Pada Produk Singkong Keju D-9 Oleh-Oleh Khas Kota Salatiga. *PIXEL* 14(1), 128-37. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/pixel/article/view/466>
- Azki, Q. (2017). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran pada Industri Singkong Keju D-9 di Kota Salatiga.

- <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/72864/Analisis-Nilai-Tambah-dan-Strategi-Pemasaran-pada-Industri-Singkong-Keju-D-9-Di-Kota-Salatiga>
- Departemen Kesehatan R. I. (1972). *Pati singkong*. Bhratara Karya Aksara: Jakarta
- Djaafar, T. F., & Siti, R. (2003). *Ubi kayu dan olahannya*. Yogyakarta: Kanisius
- Hilmana, M. H. (2018). Analisis Kelayakan Finansial Dan Strategi Pengembangan Usaha Singkong Keju di Kota Mataram. <http://eprints.unram.ac.id/id/eprint/5903>
- Marwa, A. A. (2021). Nggak Bakal Nyangka, Kemenperin Ungkap Singkong Beku Jadi Makanan Lokal Mendunia. 2021 <https://mediablitar.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-322863585/nggak-bakal-nyangka-kemenperin-ungkap-singkong-beku-jadi-makanan-lokal-mendunia>.
- Sumaryati, E., Su'i, M., & Sofi, N.H. (2021). Inovasi Kemasan “Frozen Food Sinju “Untuk Mempertahankan Mutu Produk Selama Penyimpanan Pada Industri Rumah Tangga. *Ciastech*. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/ciastech/article/view/3397>
- Sujianto, K. (2018). *Pedoman praktis budidaya singkong*. Bogor: Masyarakat Singkong Indonesia.