

Pengolahan Sisa Asparagus Menjadi Keripik dan Pemasaran Produk Pada Koperasi Tani Mertanadi di Desa Pelaga Kabupaten Badung

Putu Adi Suprpto¹, Ni Luh Ayu Kartika Yuniastari Sarja^{2*},
I Made Anom Adiaksa³, I Ketut Suarja⁴

¹ Akuntansi, Politeknik Negeri Bali

^{2, 4} Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

³ Teknik Mesin, Politeknik Negeri Bali

*yuniastari@pnb.ac.id;

Abstrak

Asparagus merupakan salah satu tanaman yang bernilai ekonomi sangat tinggi dan sangat baik untuk dikonsumsi karena memiliki berbagai manfaat bagi kesehatan. Asparagus pada umumnya dapat diolah menjadi seperti steak, sayur, dan soup. Mitra dalam kegiatan ini adalah Koperasi Kelompok Tani Mertanadi. Letak Koperasi Tani Mertanadi berada di Banjar Bukian, Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung, yang berjarak sekitar 45 km dari lokasi pengusul. Landasan dalam pengembangan asparagus di Desa Pelaga sendiri adalah melalui pendekatan One Village One Product (OVOP) yang bermuara pada koperasi. Perkembangan koperasi yang didirikan pada Tahun 2010 ini sangat didukung dengan status Pulau Bali sebagai tempat pariwisata yang dikunjungi wisatawan mancanegara. Mitra kegiatan ini menyalurkan produk tani asparagus mereka ke berbagai restoran, hotel dan jasa akomodasi pariwisata lainnya di seluruh Pulau Bali. Pada saat ini, dampak yang dirasakan dengan adanya pandemi COVID-19 yaitu terjadi penurunan pesanan ataupun penjualan asparagus sebanyak kurang lebih 80%. Lebih lanjut, permasalahan lanjutan yang terjadi berupa banyaknya stok asparagus yang terbuang setelah proses sortir. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi dilakukan beberapa kegiatan yang difokuskan pada aspek produksi dan pemasaran dari produk Mitra. Kegiatan dimulai dengan identifikasi kebutuhan mitra, perancangan kegiatan yang akan dilakukan, pembuatan media pemasaran berbasis digital, pemberian bantuan alat produksi pengolahan asparagus yang tidak terjual, pendampingan dalam pengolahan sisa asparagus sehingga menjadi produk baru, pendampingan pengemasan produk hasil olahan asparagus, pendampingan atau pelatihan penggunaan media pemasaran online serta diakhiri dengan evaluasi kegiatan. Indikator capaiannya adalah terciptanya 2 produk baru hasil olahan sisa asparagus yang tidak terjual berupa keripik, peningkatan pasar produk sebanyak 50% dan peningkatan penjualan sebanyak 50%, 4 orang karyawan Koperasi Tani Mertanadi dapat melakukan pemasaran produk secara online, mitra mempunyai account media sosial, marketplace dan website ecommerce.

Kata Kunci: *Asparagus, covid-19, diversifikasi produk, pemasaran*

Pendahuluan

Asparagus merupakan salah satu tanaman yang bernilai ekonomi tinggi yang memberikan khasiat kesehatan bagi yang mengkonsumsinya. Meskipun harganya relatif mahal, keberadaan asparagus sangat diminati, khususnya sebagai panganan yang disajikan di hotel dan restoran. Asparagus memiliki harga jual yang relatif tinggi dibandingkan dengan harga sayuran lain (Darmawan, Widyantara, & Agung, 2013). Asparagus cocok dibudidayakan pada lahan dengan ketinggian antara 600 hingga 1700 mdpl (Octavianus Sumardana Pratama & Fajar, 2020).

Koperasi Kelompok Tani Mertanadi sebagai mitra dalam kegiatan ini mulai dibentuk Tahun 2010, yang kemudian berkembang dan namanya mencuat bahkan hingga ke ranah internasional (<https://badungkab.go.id/>). Koperasi ini berada di Banjar Bukian, Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung, berjarak 45 km dari lokasi pengusul. Asparagus ini dikembangkan dengan pendekatan One Village One Product (OVOP). OVOP adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal (Kumarananda, Sutjipta, & Anggreni, 2018). Secara tidak langsung, program OVOP merupakan bentuk pelestarian terhadap kekayaan setempat (local wisdom) yakni pengetahuan akan pertanian (Putra & Larasdiputra, 2020). OVOP merupakan program pemberdayaan masyarakat desa yang melibatkan seluruh komponen desa dalam menggali dan mengembangkan potensi desa, sehingga mampu memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian masyarakat desa (Ariyanti, Arka, & Wenagama, 2021). Saat ini jumlah karyawan beserta pengurus Koperasi Kelompok Tani ini adalah sebanyak 17 orang, dengan jumlah anggota koperasi keseluruhan sebanyak 230 orang. Peran Koperasi Tani Mertanadi dalam meningkatkan hasil asparagus adalah sebagai penyedia bibit, pupuk, membina kelompok tani dalam proses pengolahan asparagus hingga panen, membeli produk, memasarkan produk, dan juga memfasilitas alat pertanian (Pushpha & Wandir, 2018).

Petani asparagus di Desa Pelaga adalah satu-satunya petani di Bali yang dapat memanen produksi asparagus mereka pada setiap harinya. Hasil panen asparagus yang dikumpulkan oleh petani tiap harinya akan disetorkan di Koperasi, yang kemudian disortir oleh karyawan koperasi untuk dikelompokkan menjadi beberapa kategori produk seperti Asparagus super, A, B, dan C. Setelah disortir produk asparagus tersebut ditimbang dan dikemas secara sederhana untuk kemudian dipasarkan di Bali dan luar Bali. Hasil panen Asparagus dapat dilihat pada Gambar 1. Sedangkan proses sortir dan pengemasan Asparagus dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. Hasil Panen Asparagus



Gambar 2. Proses Sortir dan Pengemasan Hasil Panen Asparagus

Pada saat proses sortir hasil panen untuk mendapatkan produk asparagus unggulan, terdapat banyak sisa asparagus yang terbuang. Sisa asparagus ini sebenarnya dapat diolah kembali menjadi produk makanan, tetapi karena keterbatasan pengetahuan mitra dan peralatan untuk melakukan pengolahan asparagus ini mengakibatkan banyak asparagus terbuang. Hal ini ditambah lagi akibat pandemi COVID-19 banyak asparagus yang tidak dapat diserap pasar sehingga asparagus banyak terbuang seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sisa Asparagus yang terbuang

Penjualan dan pemasaran hasil panen Asparagus oleh Koperasi Kelompok Tani pada saat normal sebelum pandemi COVID-19 adalah dengan cara langsung dan bekerja sama dengan supplier yang ada di Bali maupun luar Bali. Produk asparagus ini dijual secara langsung ke supermarket, restaurant, hotel, supplier yang ada di Bali. Selain itu secara berkelanjutan, Koperasi Tani Mertanadi telah bekerja sama dengan perusahaan yang ada di Jakarta dan melakukan pengiriman produk setiap satu minggu. Tetapi setelah pandemi COVID-19 ini dengan hanya dijual ke supermarket dan hotel serta restaurant yang masih beroperasi.

Kebijakan New-Normal yang ditetapkan oleh pemerintah dan berdampak pada mulai dibukanya hotel dan restoran yang ada di Provinsi Bali membawa angin segar pada distribusi atau pemasaran produk Asparagus. Dengan menjalankan ekonomi minim kontak (*less contact economy*), pola dan cara pemasaran atau distribusi produk Asparagus tentulah mengalami perubahan yang cukup signifikan (Kristiutami, Ariesta and Pirastyo, 2021). Di era New-Normal ini berbagai dukungan dan upaya pemerintah agar ekonomi tetap produktif dalam masa pandemi COVID-19 melalui pemanfaatan teknologi informasi (Santosa *et al.*, 2020). Mitra Kelompok Tani Asparagus saat ini tidak memiliki media pemasaran digital. Selain itu minimnya pengetahuan mitra terkait penggunaan teknologi informasi sebagai media pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra Koperasi Tani Mertanadi, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Permasalahan pertama hasil sisa sortiran asparagus terbuang dan sisa yang tidak terserap pasar belum dimanfaatkan menjadi produk olahan makanan, pemasaran produk masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi ataupun pemasaran digital sehingga kurangnya daya saing produk, kurangnya pengetahuan mitra terkait penggunaan teknologi informasi sebagai media pemasaran produk.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan ditunjukkan oleh Gambar 4. Kegiatan pemberdayaan Koperasi Tani Mertanadi ini dimulai dari sosialisasi kegiatan, pengadaan alat pengolahan sisa asparagus, pendampingan dalam pengolahan sisa asparagus sehingga menjadi produk baru, pembuatan media pemasaran berbasis digital, pendampingan atau pelatihan penggunaan media pemasaran online serta evaluasi kegiatan.



Gambar 4. Metode Pelaksanaan

Masing-masing tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sosialisasi kegiatan merupakan tahapan pertama yang dilakukan untuk memberikan informasi kepada mitra mengenai kegiatan yang dilakukan, keterlibatan mitra maupun tim peneliti, tahapan kegiatan dan target luaran kegiatan. Selain itu pada kegiatan ini juga disampaikan jadwal dari kegiatan.
2. Pengadaan alat pengolahan sisa asparagus berupa mesin penggiling, deep fryer dan lainnya serta pelatihan penggunaan peralatan.
3. Pendampingan dalam pengolahan sisa asparagus sehingga menjadi produk baru yaitu keripik. Pada kegiatan ini mengundang narasumber ahli pengolahan makanan sebagai pelatih dalam pembuatan keripik produk olahan asparagus.
4. Sistem saluran pemasaran (*marketing channel system*) merupakan sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan. Peran utama saluran pemasaran adalah mengubah pembeli potensial menjadi pelanggan yang menguntungkan, tidak hanya melayani pasar namun harus membentuk pasar (Dewantara, 2022). Media pemasaran digital saat ini sudah menjadi alternative potensial pemasaran produk usaha. Pembuatan media pemasaran berbasis digital yaitu account sosial media, marketplace dan website ecommerce.
5. Pelatihan mengenai pemanfaatan sosial media untuk memasarkan produk seperti facebook, instagram, dan marketplace. Pelatihan penggunaan website ecommerce sebagai media informasi terkait contact detail dan produk mitra serta penjualan dan transaksi produk.
6. Evaluasi kegiatan pelatihan dilakukan setelah semua kegiatan dilakukan, dengan maksud untuk mengukur efektivitas dari program pengabdian masyarakat ini, serta untuk mengukur pencapaian dari target luaran.

Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi kegiatan

Sosialisasi dilakukan pada lokasi mitra dengan memaparkan tahap kegiatan kepada mitra, luaran dari kegiatan, jadwal kegiatan dan diskusi terkait masukan-masukan dari mitra mengenai pelaksanaan kegiatan. Sosialisasi diikuti oleh tim dan mitra kegiatan. Hasil dari kegiatan ini adalah kesepakatan mengenai tahapan kegiatan dan jadwal kegiatan.

Pengadaan alat pengolahan sisa asparagus

Kegiatan pengabdian ini berfokus pada pengolahan sisa asparagus yang tidak terpakai menjadi produk makanan yang dalam hal ini keripik sehingga mempunyai nilai ekonomi. Dalam melakukan proses produksi diperlukan peralatan pendukung yang dalam hal ini tidak dimiliki oleh mitra koperasi tani asparagus sehingga dilakukan pengadaan alat pengolahan sisa asparagus berupa mesin penggiling, kompor, blender, panci, Penggorengan dan saringan. Pada kegiatan ini ketua pelaksana pengabdian menyerahkan alat-alat tersebut kepada mitra. Selain itu, mitra diberikan pelatihan

penggunaan peralatan-peralatan khususnya mesin yang akan digunakan dalam proses produksi. Pelatihan ini diberikan oleh anggota tim dengan kepakaran teknik mesin.



Gambar 5. *Pelatihan Penggunaan Alat Produksi*

Pendampingan Pengolahan Produk Baru

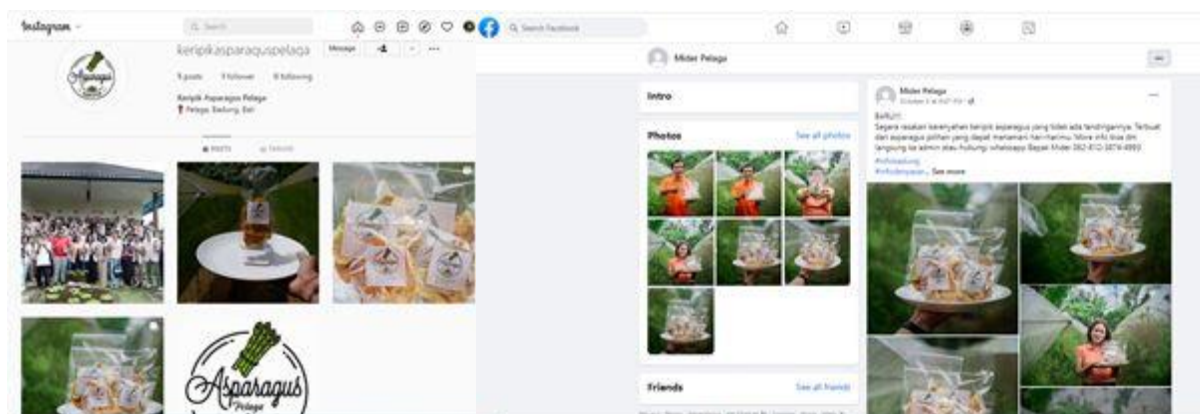
Pelatihan dan pendampingan pengolahan sisa asparagus sehingga menjadi produk baru yaitu keripik dilakukan 3 kali secara bertahap sehingga akan didapatkan produk keripik yang sesuai dan layak jual. Pada kegiatan ini mengundang narasumber ahli pengolahan makanan sebagai pelatih dalam pembuatan keripik produk olahan asparagus. Narasumber menjelaskan kepada peserta pelatihan yaitu anggota koperasi mertanadi mengenai cara pengolahan sisa asparagus dan resep keripik. Hasil dari kegiatan pelatihan tahap pertama ini keripik asparagus berhasil dibuat, akan tetapi produk keripik tidak bertahan lama. Pelatihan berikutnya adalah memperbaiki hasil keripik asparagus agar lebih tahan lama. Berdasarkan arahan dari narasumber adonan keripik dijemur terlebih dahulu sebelum digoreng. Hasil dari pelatihan kedua ini hasil keripik sudah lebih kering dan daya tahannya cukup lama. Pelatihan ketiga fokus pada pembuatan keripik yang renyah dan pengemasan keripik. Keripik asparagus ini akan dijadikan sebagai souvenir atau cinderamata untuk kunjungan wisatawan ke desa wisata pelaga. Mitra bekerja sama dengan pengelola desa wisata pelaga sehingga keripik termasuk dalam paket wisata desa wisata pelaga.



Gambar 6. Pelatihan Pengolahan Asparagus

Pembuatan Media Pemasaran Digital

Pembuatan media pemasaran berbasis digital yaitu account sosial media, marketplace dan website. Account sosial media yang dimaksud adalah akun account media sosial facebook dan instagram. Selain itu pembuatan account di marketplace shopee dan tokopedia. Untuk lebih memperluas penyebaran informasi mengenai keripik asparagus ini juga dibuatkan website keripik asparagus.

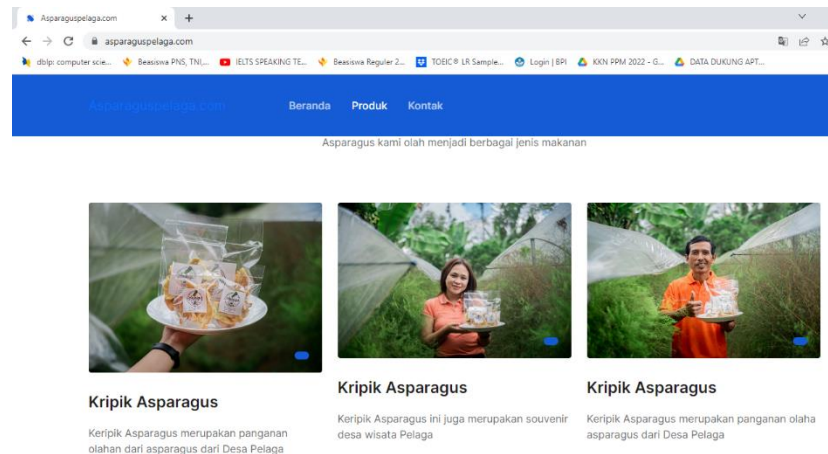


Gambar 7. Media Pemasaran Digital

Pelatihan Penggunaan Media Pemasaran Digital

Setelah dibuatkan account, selanjutnya mitra diberikan pelatihan penggunaan sosial media facebook dan instagram untuk promosi. Pada pelatihan ini dijelaskan mengenai tahapan untuk login, upload content, membuat caption dan mengunggah reel. Selain itu, pelatihan marketplace (shopee dan tokopedia) diberikan oleh anggota tim dengan

kepakaran teknik informatika. Pada pelatihan ini dijelaskan mengenai fungsi dari marketplace dan tahapan dalam menggunakan marketplace. Pada kegiatan ini peserta praktek langsung menggunakan marketplace tersebut. Pelatihan penggunaan website sebagai media informasi dan pemasaran produk keripik. Pada pelatihan ini dijelaskan mengenai cara akses website, proses login, pengelolaan data pada website. Pada kegiatan ini peserta praktek langsung menggunakan website keripik pelaga.



Gambar 8. Tampilan Website

Monitoring dan evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan oleh ketua dan anggota pengabdian masyarakat. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui kesesuaian kegiatan dengan rencana yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan pada evaluasi dan kegiatan ini adalah wawancara dan observasi. Berdasarkan hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa:

- Target luaran berupa terciptanya 2 jenis produk baru hasil olahan asparagus tercapai dimana keripik asparagus yang dihasilkan memiliki dua jenis yaitu keripik asparagus dan keripik peyek asparagus.
- Terdapat 4 orang karyawan Koperasi/mitra dapat melakukan pemasaran produk secara online dimana hal ini juga tercapai
- Untuk target peningkatan pasar produk sebanyak 50% tercapai dimana produk ini dijadikan souvenir dari paket wisata desa wisata pelaga sehingga produk ini juga secara tidak langsung dimiliki oleh wisatawan yang datang ke Desa Wisata Pelaga dimana wisatawan tersebut berasal dari lokal pulau bali, luar Pulau Bali yang berasal dari Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta maupun Sumatera.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada aspek produksi dan pemasaran dari produk Mitra. Kegiatan dimulai dengan identifikasi kebutuhan mitra, perancangan kegiatan yang akan dilakukan, pembuatan media pemasaran berbasis digital, pemberian bantuan alat produksi pengolahan asparagus yang tidak terjual, pendampingan dalam pengolahan sisa asparagus sehingga menjadi produk baru, pendampingan pengemasan produk hasil olahan asparagus, pendampingan atau pelatihan penggunaan media pemasaran online

serta diakhiri dengan evaluasi kegiatan. Hasil monitoring dan evaluasi yaitu terciptanya 2 produk baru hasil olahan sisa asparagus yang tidak terjual berupa keripik, peningkatan pasar produk sebanyak 50% dan peningkatan penjualan sebanyak 50%, 4 orang karyawan Koperasi Tani Mertanadi dapat melakukan pemasaran produk secara online, mitra mempunyai account media sosial, marketplace dan website ecommerce.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kepada Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas pendanaan program pengabdian masyarakat yang diberikan kepada tim dari Politeknik Negeri Bali. Terimakasih juga kepada mitra pengabdian yaitu Koperasi Tani Mertanadi atas waktu dan kerjasamanya.

Referensi

- Ariyanti, N. W. D., Arka, S., & Wenagama, I. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Kecamatan Petang. *E-Jurnal EP Unud*, 10(6), pp. 2515–2544.
- Darmawan, I. M. D., Widyantara, I. W., & Agung, D. G. (2013). Kinerja Usahatani Asparagus di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 2(4), pp. 166–177.
- Dewantara, R. P. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Asparagus (*Asparagus Officinalis*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian ...*, 2(2), pp. 1–9. Available at: <http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimntani/article/view/1375>
- Kristiutami, Y. P., Ariesta, F., & Pirastyo, S. P. (2021). Penerapan Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Penanggulangan Pandemi Covid-19 Pada Kuswini Katering. *JPP (Jurnal Pendidikan dan Perhotelan)*, 1, pp. 76–85.
- Kumarananda, I. G. V., Sutjipta, N., & Anggreni, I. G. A. A. L. (2018). Sustainability of One Village One Product (OVOP) Program Through Mertanadi Farmers Cooperative Management (In the Case of Pelaga Village, Petang Sub- District, Badung Regency). *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 7(4), pp. 592–601.
- Octavianus Sumardana Pratama, I. M. S. and Fajar, N. M. A. P. (2020). PKM Pemberdayaan Masyarakat Budidaya Asparagus Pada. *Postgraduate Community Service Journal*, 1(2), pp. 48–52.
- Pushpha, A. A. G., & Wandir, Y. M. (2018). Peranan Koperasi Tani Mertanadi Dalam Meningkatkan Hasil Asparagus Di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *Issn : 1979 - 3901*, 8(2), pp. 100–107.
- Putra, I. G. B. N. P., & Larasdiputra, G. D. (2020). Penerapan Konsep Triple Bottom Line Accounting di Desa Wisata Pelaga (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Tani Asparagus). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), pp. 129–136. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1419.129-136>
- Santosa, I. D. M. C. et al. (2020). Pemanfaatan Media Pemasaran Online dan Diversifikasi Produk Untuk Keberlangsungan Usaha Telur Asin. *Madaniya*, 1(4), pp. 156–164. Available at: <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/31>