

Pemberdayaan Masyarakat melalui Peningkatan Produksi dan Pemasaran Digital Kripik Durian dalam Rangka Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Kreatif

Hardianto ^{1*}, Siaulhak ², Mariyam Mangkunegara ³

¹⁻³ Universitas Cokroaminoto Palopo

* hardiantomathg@uncp.ac.id

Abstrak

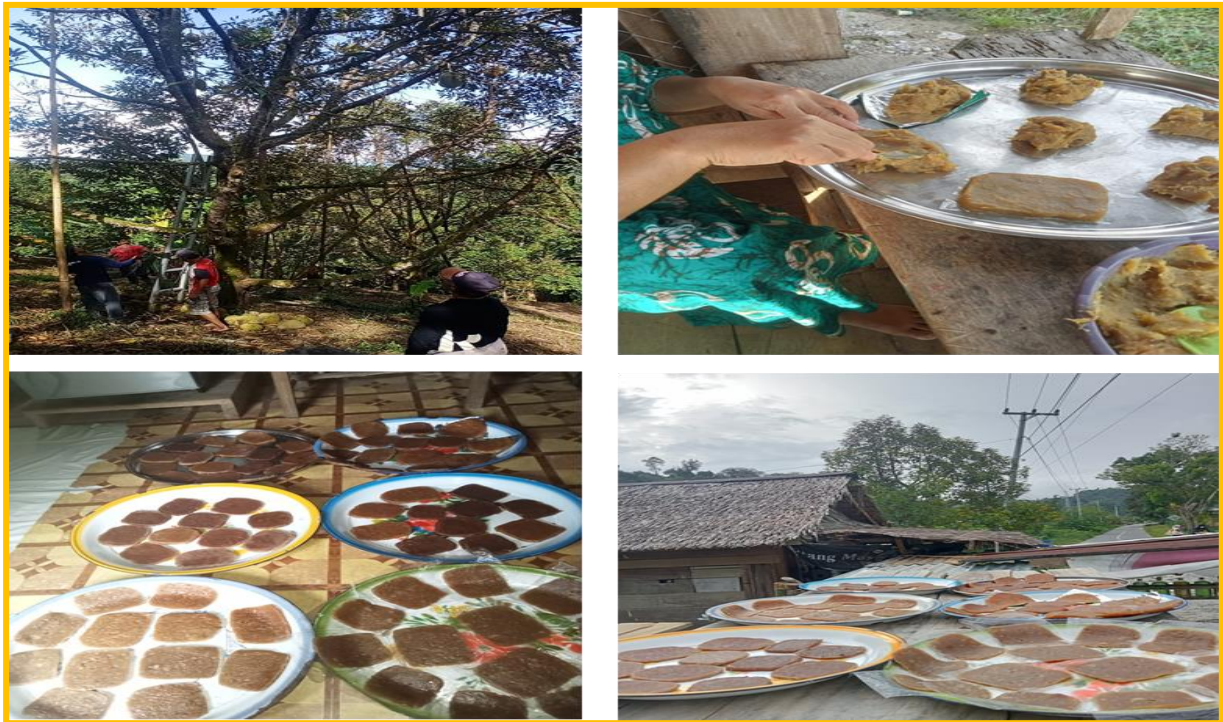
Mitra dalam PKM ini adalah kelompok petani durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara dengan luas area produksi mencapai 10 Hektar dengan total produksi mencapai 10 ton persekali musim. Masalah yang dihadapi oleh mitra adalah inovasi, manajemen pengelolaan industri, dan pemasaran digital, dan legalitas seperti: tidak memiliki cetakan permanen dan kemasan yang memadai untuk dijual lebih luas, minimnya pengetahuan akan pemanfaatan manajemen dalam proses produksi, rendahnya pengetahuan untuk memasarkan produk akibat kurangnya pengetahuan dunia teknologi, dan belum memiliki P-IRT dan sertifikat halal. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka tim pengusul menawarkan solusi yaitu: menerapkan inovasi teknologi dalam proses produksi (cetakan permanen, pengering, dan kemasan produk) yang didesain sesuai dengan standar yang telah ditetapkan Dinas Kesehatan, menerapkan pendekatan manajemen pada proses produksi keripik durian, pendampingan pemasaran digital produk, dan pendampingan pengurusan P-IRT dan sertifikat halal sehingga keripik durian dapat dijual lebih luas. Target luaran program yaitu: 1) menerapkan penggunaan inovasi teknologi dalam menjalankan proses produksi, 2) meningkatnya produksi dengan pendekatan manajemen pengelolaan industri, 3) memiliki pengetahuan tentang pemasaran digital, dan 4) memiliki P-IRT dan sertifikat halal.

Kata Kunci: peningkatan produksi, inovasi teknologi, pemasaran digital, keripik durian

Pendahuluan

Mitra dalam PKM ini adalah Kelompok petani durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara. Kabupaten Luwu Utara menargetkan produksi durian pada tahun 2020 sebanyak 23.177 ton sementara pada tahun 2021 sebanyak 24.799 ton (DTPHP LUTRA, 2023). Hal tersebut sepertinya bukan hal yang mustahil karena pada tahun 2014 produksi durian mencapai 15.662 ton sementara pada tahun 2015 menembus angka 17.928 ton (DISTAN LUTRA, 2023). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tim pengusul dengan kelompok petani durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara diperoleh informasi bahwa luas area produksi durian mencapai 10 Hektar dengan total produksi mencapai 10 ton persekali musim. Mitra merupakan warga asli Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara.

Proses produksi mitra umumnya diolah secara tradisional, yaitu memilih durian yang berkualitas untuk dijadikan adonan dan membentuk kripik dengan pijitan tangan tanpa menggunakan alat cetakan yang permanen, sehingga memiliki tampilan yang kurang menarik (Wijayanti & Lestari, 2017). Hal ini tentu berpengaruh pada hasil penjualan karena kebanyakan konsumen memilih sebuah produk di samping harus memiliki rasa yang enak juga memiliki tampilan yang menarik. Lebih lanjut pada proses pengeringan masih bergantung pada sinar matahari dan menggunakan baki atau talam sebagai wadah, sehingga pengeringan kurang maksimal karena menghambat berkurangnya kadar air dalam adonan. Dari sisi kemasan juga kurang menarik karena para pelaku usaha umumnya menggunakan plastic biasa. Hal tersebut tentu berpengaruh pada hasil penjualan hingga pada tingkat manajemen produksi.



Gambar 1. Proses Produksi Kripik Durian

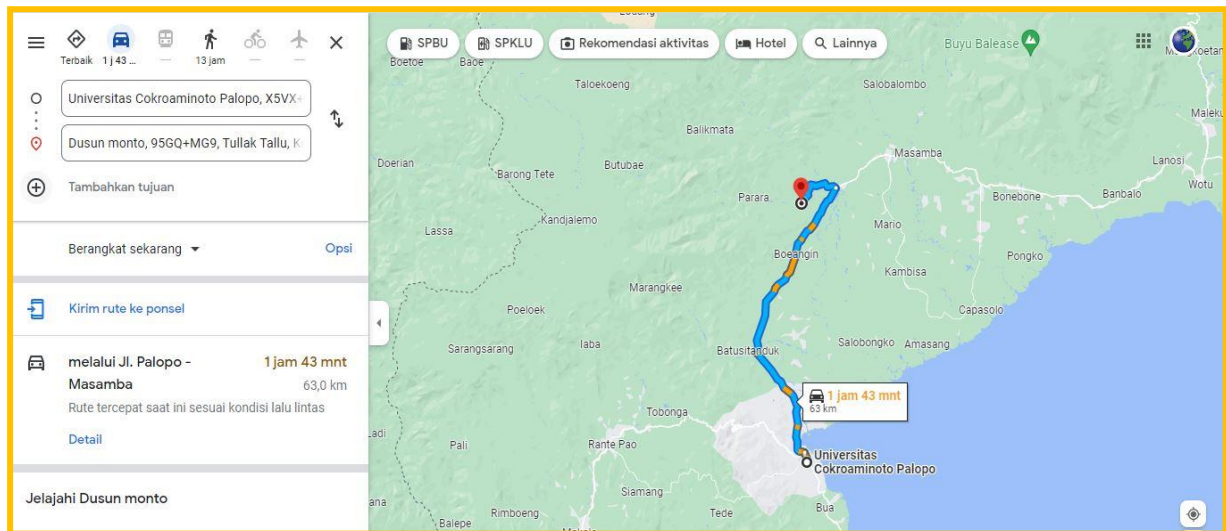
Manajemen produksi berpengaruh pada betumbuhnya sebuah usaha (Tahir dkk, 2022). Hal tersebut bisa tumbuh jika para pelaku usaha memiliki lietrasi wirausaha yang baik. Dengan demikian, para pelaku usaha dapat menemukan ide baru dan menghasilkan nilai tambah sebuah produk. Rendahnya pengetahuan untuk memasarkan produk yang masih mangandakan tempat pemasaran yang minim dan kurang strategis akibat kurangnya pengetahuan dunia teknologi dalam hal ini pemasaran digital.

Pemasaran digital pada abad 21 sangat berpengaruh. Hal tersebut terbukti dari banyaknya marketplace yang bermunculan, sehingga sangat berdampak pada pemasaran tradisional seperti yang dilakukan oleh mitra. Pemasaran digital sangat menguntungkan baik itu bagi penjual maupun pembeli dari segi waktu dan jangkauan, karena pembeli dan penjual tidak perlu melakukan tatap muka langsung untuk melakukan sebuah proses transaksi jual beli produk (Wijayanti & Lestari, 2017).

Bisnis pengolahan keripik durian yang dilakukan oleh mitra murni produk rumahan tanpa memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal, padahal P-IRT dan Sertifikat Halal adalah salah satu faktor diakuinya sebuah usaha. Mitra kesulitan memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal karena berpikir mengurus P-IRT dan Sertifikat Halal adalah hal yang sangat sulit untuk dilakukan sementara dalam kenyataannya dalam mengurus P-IRT dan Sertifikat Halal tidak sesulit yang dibayangkan (Arifuddin, 2020). Idealnya dalam menjalankan sebuah usaha sudah seharusnya memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal dalam melakukan proses produksi.

Metode Pelaksanaan

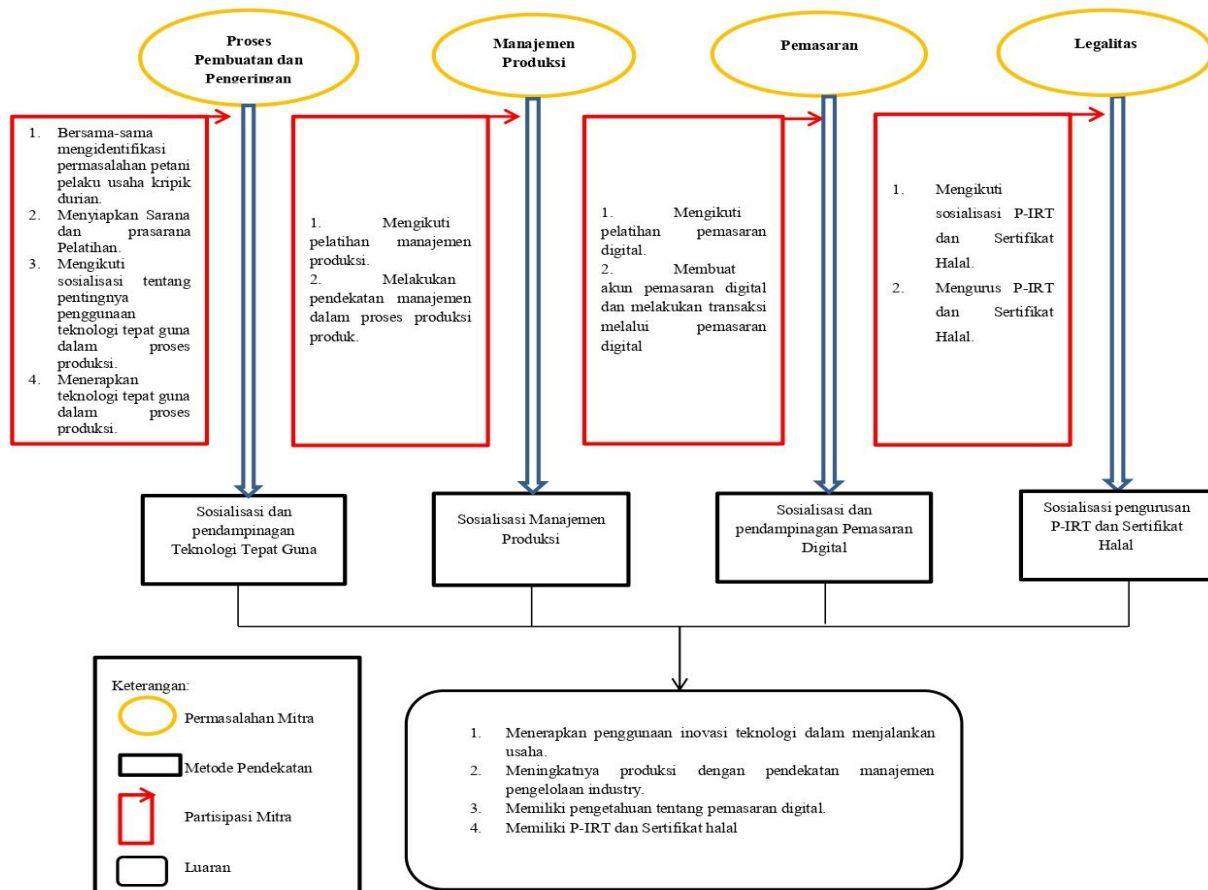
Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara. Waktu pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah 3 bulan yaitu bulan Juni-Agustus 2023.



Gambar 2. Lokasi Pelaksanaan PKM

Mitra dalam PKM ini adalah Kelompok petani durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara. Mitra merupakan warga asli Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara. Mitra terpilih berdasarkan observasi awal dan wawancara.

Metode Pendekatan yang ditawarkan bagi realisasi program PKM ini, adalah: identifikasi permasalahan mitra, sosialisasi tentang pentingnya penggunaan teknologi tepat, pemanfaatan teknologi tepat guna, sosialisasi tentang manajemen produksi dan pemasaran digital, pendampingan pengurusan P-IRT dan Sertifikat Halal, dan Pendampingan lapangan. Metode pendekatan yang diterapkan bersifat partisipatori dalam artian bahwa tim pengusul dan mitra secara proaktif terlibat dalam setiap kegiatan.



Gambar 3. Metode Pendekatan, Rencana Kegiatan dan Kontribusi Partisipasi Mitra

Indikator program PKM ini adalah: 1) Mitra menggunakan inovasi teknologi dalam menjalankan proses produksi, 2) Meningkatnya produksi dengan pendekatan manajemen pengelolaan industri, 3) Mitra memiliki pengetahuan tentang pemasaran digital, 4) Mitra memiliki P-IRT dan Sertifikat halal.

Evaluasi untuk mengukur ketercapaian indikator keberhasilan, yaitu: 1) Melakukan monitoring terhadap kualitas kripik durian, penerapan teknologi media cetak permanen “Pakkebu”, penerapan teknologi pengering dari bambu “Pattapi”, penerapan teknologi cetak kemasan produk secara periodic, 2) Mengecek secara berkala pemanfaatan penerapan teknologi media cetak permanen “Pakkebu”, penerapan teknologi pengering dari bambu “Pattapi”, penerapan teknologi kemasan produk dan melakukan pendampingan lapangan secara intensif, 3) Evaluasi program akan dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan setiap aspek tahapan kegiatan yang telah dilakukan sebagai indikator keberhasilan program yang secara internal dan eksternal.

Hasil dan Pembahasan

Mitra dalam PKM ini adalah Kelompok petani durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara dengan luas area produksi mencapai 10 Hektar dengan total produksi mencapai 10 ton persekali musim perkepala keluarga. Melalui diskusi antara tim pengusul Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dan kelompok Petani pelaku usaha kripik durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara, bersama-

sama mengidentifikasi permasalahan dan membuat rencana pemecahan masalah berdasarkan prioritas permasalahan mitra, yaitu: 1) Mitra tidak menggunakan alat cetakan yang permanen, sehingga memiliki tampilan yang kurang menarik. Hal ini tentu berpengaruh pada hasil penjualan karena kebanyakan konsumen memilih sebuah produk di samping harus memiliki rasa yang enak juga memiliki tampilan yang menarik, 2) Mitra tidak memiliki alat pengering yang ideal sehingga memiliki waktu yang lama untuk mengeringkan produk, 3) Mitra tidak memiliki kemasan yang menarik karena usaha yang dijalankannya umumnya menggunakan plastik biasa tanpa label dan nama produk. Hal tersebut tentu berpengaruh pada hasil penjualan, 4) Mitra memiliki pengetahuan yang kurang tentang manajemen proses produksi, sehingga para pelaku usaha tidak dapat menemukan ide baru dan menghasilkan nilai tambah sebuah produk, 5) Rendahnya pengetahuan untuk memasarkan produk, akibat ketidakmampuan memahami dunia teknologi khususnya pemasaran digital, sehingga menghambat kemajuan usaha, dan 6) Mitra kesulitan memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal karena berpikir mengurus P-IRT dan Sertifikat Halal adalah hal yang sangat sulit untuk dilakukan sementara dalam kenyataannya dalam mengurus P-IRT dan Sertifikat Halal tidak sesulit yang dibayangkan.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi kelompok petani pelaku usaha kripik durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara yang berhasil diidentifikasi maka solusi yang ditawarkan dalam PKM adalah:

Pertama Pemberian bantuan dan edukasi tentang inovasi teknologi dalam proses produksi. Pemberian bantuan inovasi teknologi cetakan permanen “Pakkebu” dalam proses produksi dilakukan untuk memudahkan mitra dalam mencetak produk, sehingga produk mitra memiliki tampilan yang menarik. Dalam proses pengeringan mitra diberi edukasi tentang pembuatan dan penggunaan alat menjemur dari bambu yang dirakit dan memiliki celah “Pattapi” sehingga proses pengeringan maksimal. Dalam proses pengemasan, mitra diberi bantuan plastic pembungkus dan label kemasan.



Gambar 4. Teknologi yang diterapkan pada Mitra

Kedua Sosialisasi tentang manajemen dalam proses produksi. Sosialisasi tentang manajemen dalam proses produksi mitra mendapatkan informasi tentang pentingnya

manajemen dalam proses produksi, sehingga mitra dapat menemukan ide baru dan menghasilkan nilai tambah sebuah produk.



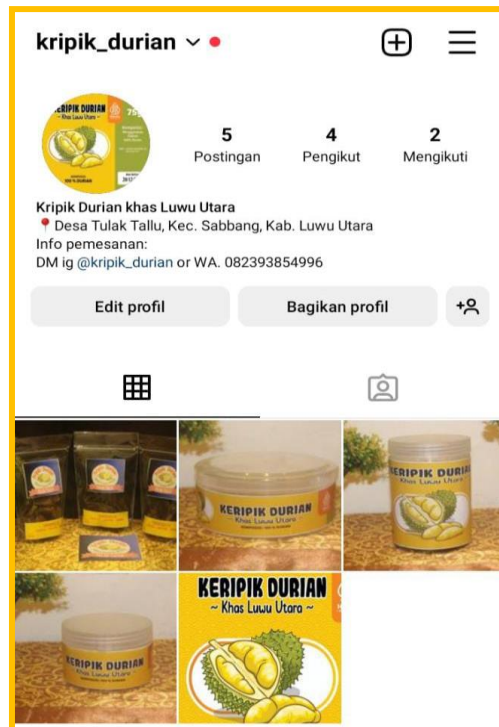
Gambar 5. Pembuatan dan Pengemasan Produk

Ketiga Pendampingan pengurusan P-IRT dan Sertifikat Halal Melalui Pendampingan pengurusan P-IRT dan Sertifikat Halal, maka mitra mendapatkan kesempatan memiliki P-IRT dan Sertifikat Halal dan mengetahui cara memperoleh P-IRT dan Sertifikat Halal.



Gambar 6. Produk siap dipasarkan

Keempat Edukasi dalam pemasaran digital. Edukasi dalam pemasaran digital dilakukan dalam rangka memberi edukasi pada mitra untuk mendapatkan informasi tentang pentingnya manajemen dalam proses produksi, sehingga mitra dapat menemukan ide baru dan menghasilkan nilai tambah.



Gambar 7. Platform Penjualan Produk

Kegiatan yang dilaksanakan setelah pembuatan dan pengemasan produk Kripik Durian di Desa Tulak Tallu, mitra juga diberikan wawasan dan pelatihan terkait implementasi strategi pemasaran produk berbasis online. Hal ini berkaitan erat dengan masalah pengelolaan atau manajemen usaha yang dilakukan oleh mitra itu sendiri. Berdasarkan observasi awal dan wawancara yang dilakukan, menunjukkan bahwa mitra di Desa Tulak Tallu masih memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sangat terbatas mengenai penggunaan platform (aplikasi jual beli online) dalam melakukan pemasaran produknya. Mereka masih mempertahankan manajemen usaha yang dilakukan secara konvensional (tradisional) dan belum memanfaatkan platform jual beli digital dalam melakukan penjualan dari produk yang dihasilkan.

Padahal, jika dicermati lebih mendalam lagi strategi pemasaran suatu produk merupakan hal yang paling penting di dalam menjalankan bisnis atau usaha (Riyadi & Hardianto, 2018). Strategi pemasaran yang dilakukan dengan tepat dapat memberikan keuntungan kepada pelaku usaha karena dapat meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas dan meningkatkan omset penjualan dari suatu produk. Dengan demikian, jika pemasaran dan promosi digital berhasil memperluas jangkauan pasar maka dapat dipastikan meningkatnya omset penjualan dan pendapatan pelaku usaha, termasuk mitra PKM Kripik Durian di Desa Tulak Tallu.

Strategi pemasaran dan promosi digital dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain: pembuatan merek dagang dan kemasan, media sosial, penjualan tatap muka di pasar dan swalayan, dan marketplace (Rezki & Hapsari, 2019). Khairani & Pratiwi, 2018 menyatakan bahwa sarana pemasaran dan promosi digital yang digunakan harusnya mempertimbangkan banyak faktor, seperti: anggaran yang tersedia, segmen pasar yang akan dituju, dan tujuan pemasaran dan promosi digital. Oleh karena itu, media yang dipilih

dalam melakukan strategi pemasaran dan promosi digital, yaitu: media sosial, pemberian merek, pembuatan papan nama usaha, dan pemanfaatan platform marketplace.

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi kelompok petani pelaku usaha kripik durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara yang berhasil diidentifikasi maka solusi yang ditawarkan dalam PKM adalah: pemberian bantuan inovasi teknologi dalam proses produksi, sosialisasi tentang manajemen dalam proses produksi, edukasi dalam pemasaran digital dan pendampingan pengurusan P-IRT dan Sertifikat Halal, sehingga melalui PKM kepada petani pelaku usaha kripik durian di Desa Tulak Tallu Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara diharapkan menghasilkan kripik durian yang berkualitas dan dapat dipasarkan secara luas.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kami sampaikan kepada DRTPM Dikti dan Universitas Cokroaminoto Palopo yang telah memberikan sponsor, sehingga kegiatan pelatihan ini bisa dilakukan. Tidak hanya itu, terima kasih juga kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Tulak Tallu, Kelompok Tani Alunan Bukit, dan Kelompok Tani Tebing Batu sebagai mitra dalam penyelenggaraan pelatihan ini, sehingga pelatihan dapat berjalan dengan lancar tanpa kurang suatu apapun.

Referensi

- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong di Subang Jawa Barat. *Integritas : Jurnal Pengabdian*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.36841/Integritas.V4i1.514>
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada Umkm Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *Caradde: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/Caradde.V1i1.18>
- Rezki, M. A., & Hapsari, D. R. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 38–54. <https://doi.org/10.29244/Jurnalkmp.17.1.38-54>
- Riyadi, A., & Hardianto, H. (2018). PKM Kelompok UMKM Masyarakat Penghasil Nira Aren Melalui Sentuhan Teknologi Berbasis Techno-Social Untuk Menghasilkan Produk Yang Bernilai Kompetitif Tinggi di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru. *Prosiding*, 4(1).
- Tahir, M. I. T., Hasan, M., & Azuz, F. (2022). Literasi Kewirausahaan Pada Petani Kopi di Desa Benteng Alla Utara Enrekang. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi*, 3(1), 19–24. Retrieved From <https://www.mayadani.org/index.php/mayadani/article/view/90>
- Wijayanti, T., & Lestari, P. B. (2017). Ibm-Pendampingan Usaha Kerupuk Rumahan di Desa Kembang Kabupaten Pacitan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 2(1), 20–25. <https://doi.org/10.26905/Abdimas.V2i1.1280>