

# Pemberdayaan Kewirausahaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pembuatan dan Pemasaran Keripik Singkong Pedas di Kelurahan Waringinsari

Bramantiyo Eko Putro<sup>1</sup>, & Neng Viva<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Teknik, Universitas Suryakencana

<sup>2</sup>FKIP, Universitas Suryakencana

\* [nengviva08@gmail.com](mailto:nengviva08@gmail.com)

**Abstrak.** Desa Waringinsari di kecamatan Takokak, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat memiliki potensi alam berupa pengolahan hasil pertanian. Desa Waringinsari memiliki luas kebun singkong sebesar 2.000 m<sup>2</sup> dengan jumlah panen sebesar 7.5 ton. Hasil panen tersebut belum memberikan keuntungan karena kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap pengolahan hasil pertanian. Data demografi ibu rumah tangga di desa tersebut menunjukkan terdapat 31 ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan. Oleh karena itu berdasarkan permasalahan yang ditemui di lapangan penulis melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan usaha berupa pengolahan tanaman singkong menjadi produk olahan keripik singkong pedas yang dipasarkan baik secara daring maupun luring. Metode yang digunakan pada pengabdian kemitraan masyarakat (PKM) ini adalah dengan menggunakan metode ceramah dan tanya jawab, latihan dan praktik. Kegiatan pengabdian ini berhasil memanfaatkan kebun singkong di desa Waringinsari. Penjualan produk yang meningkat setiap minggunya yaitu sebesar 15% untuk pedas biasa dan sebesar 12% untuk pedas jeletot. Ibu rumah tangga di Kp. Cicadas juga telah memiliki pengetahuan pengolahan singkong dan pemasarannya sehingga memiliki peluang pendapatan tambahan.

**Kata kunci:** Pengabdian masyarakat; Ibu rumah tangga; Pemberdayaan kewirausahaan; Pengolahan singkong

**Abstract.** Waringinsari Village in Takokak sub-district, Cianjur Regency, West Java has natural potential in the form of processing agricultural products. Waringinsari Village has a cassava plantation area of 2,000 m<sup>2</sup> with a total harvest of 7.5 tons. These harvests have not provided benefits due to the lack of public knowledge about processing agricultural products. Demographic data of housewives in the village shows that 31 housewives do not have a job. Therefore, based on the problems encountered in the field, the authors carry out community service in the form of business assistance in the form of processing cassava plants into processed products of spicy cassava chips which are marketed both online and offline. The method used in this community partnership service (PKM) is to use the lecture and question and answer method, practice, and practice. This service activity succeeded in utilizing the cassava garden in Waringinsari village. Product sales are increasing every week by 15% for regular spicy and 12% for spicy jeletot. Housewife in Kp. Cicadas also know cassava processing and marketing so that it has additional income opportunities.

**Keywords:** Community Service; Housewives; Entrepreneurship Empowerment; Cassava Processing

---

**To cite this article:** Putro, B. E., & N. Viva. 2021. Pemberdayaan Kewirausahaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pembuatan dan Pemasaran Keripik Singkong Pedas di kelurahan Waringinsari. *Unri Conference Series: Community Engagement 3*: 27-33. <https://doi.org/10.31258/unricsce.3.27-33>

© 2021 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2021

## PENDAHULUAN

Desa Waringinsari merupakan desa yang terletak di kecamatan Takokak, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Potensi alam yang dimiliki Desa Waringinsari adalah pengolahan hasil pertanian. Hasil pertanian yang dimanfaatkan dengan benar akan menjadi sumber bahan baku bagi industri rumah tangga skala kecil untuk mendorong terbangunnya hasil pertanian ditingkat desa (Telagawathi, Suci dan Mayangsari, 2019). Hasil pertanian di desa Waringinsari diantaranya; padi, sayuran, pepohonan, dan perkebunan. Walaupun memiliki banyak hasil pertanian dan perkebunan tetapi industrinya kurang berkembang. Luas kebun singkong diperkirakan mencapai 2.000 m<sup>2</sup> dengan hasil panennya mencapai 7.500-kilogram atau 7.5-ton per sekali panen. Hasil panen tersebut belum memberikan keuntungan yang maksimal. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap pengolahan hasil pertanian untuk memberikan nilai tambah produk.

Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Waringinsari masih belum berkembang dengan baik. Masyarakat kurang atau belum kreatif dalam bidang ekonominya. Apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk yang cukup besar. Hal tersebut mampu menjadi potensi bagi masyarakat desa Waringinsari untuk mengembangkan UMKM-nya. Menurut data demografi kelurahan desa Waringinsari, Kp. Cicadas terdapat 46 kepala keluarga. Pekerjaan ibu rumah tangga di kampung tersebut yaitu ada yang bekerja di luar negeri, buruh tani, serta ada yang tidak bekerja sama sekali. Hal ini membuat banyak ibu rumah tangga yang mempunyai banyak waktu luang. Ibu rumah tangga tersebut terdiri dari 15 wanita karir dan 31 ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan. Ibu rumah tangga tersebut adalah kelompok yang memungkinkan untuk diperdayakan menjadi mitra dalam kegiatan UMKM.

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu pilar Tridarma perguruan tinggi. Seluruh perguruan tinggi di Indonesia mempunyai kewajiban untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai mana tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia tahun 12 tahun 2012 tentang perguruan tinggi (Al Umar et al., 2021). Kegiatan pengabdian berupa pelatihan kepada ibu rumah tangga tersebut dapat memberikan ide-ide tentang kewirausahaan serta memotivasi agar mau berwirausaha dan memanfaatkan hasil bumi yang ada agar tidak terbuang sia-sia. Hal tersebut juga diharapkan dapat menghasilkan nilai ekonomi yang dapat membantu keuangan keluarga. Salah satu inovasi yang dapat diterapkan adalah pengolahan singkong menjadi keripik singkong pedas yang renyah, gurih, dan lezat. Keripik merupakan sebuah camilan atau makanan ringan yang bentuknya sangat tipis dalam irisan sehingga sangat populer di kalangan masyarakat karena keripik memiliki sifat yang renyah, gurih, dan tidak membuat perut terlalu kenyang. Keripik ini terlihat minimalis dan praktis sehingga mudah disajikan dan lebih awet (Sahri et al., 2021).

Berdasarkan uraian penjabaran hasil dari analisis yang telah dilakukan, maka terdapat permasalahan diantaranya adalah: (1) Terdapat banyaknya kebun singkong yang tidak dibudidayakan dengan baik, karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang olahan dari tanaman singkong; (2) Belum pernahnya diadakan pelatihan pengolahan singkong dan pemasarannya kepada ibu-ibu rumah tangga di Desa Waringinsari terutama di Kp. Cicadas; (3) Mayoritas ibu rumah tangga di desa Waringinsari tidak bekerja dan hanya mengandalkan perekonomian dari suami dan anak yang mayoritas pekerjaannya buruh harian atau bekerja di luar negeri. Oleh karena itu berdasarkan permasalahan yang ditemui di lapangan penulis melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan usaha berupa pengolahan tanaman singkong menjadi produk olahan keripik singkong pedas yang dipasarkan baik secara daring maupun luring.

## METODE PENERAPAN

Metode yang digunakan pada pengabdian kemitraan masyarakat (PKM) ini adalah dengan menggunakan metode ceramah dan tanya jawab, latihan dan praktik. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan adalah tahap persiapan, tahap pelaksanaan pelatihan dan tahap pemasaran produk (Putro dan Riandini, 2020). Target dari pengabdian ini adalah ibu-ibu rumah tangga di Kp. Cicadas, Kelurahan Waringinsari. Berikut adalah penjelasan tentang tahapan pelatihan yang dilakukan.

### Tahap 1. Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap awal sebelum melaksanakan kegiatan. Dalam tahapan ini ada beberapa hal yang dilakukan yaitu wawancara dan perijinan terhadap kepala desa terkait pelatihan pengolahan singkong, survei kebun, pendataan ibu-ibu rumah tangga, dan melakukan kegiatan sosialisasi, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan bahan pelatihan yang meliputi: cara pengolahan singkong menjadi keripik pedas, pengemasan dan pelabelan produk serta pendampingan pemasaran produk secara luring dan daring.

## Tahap 2. Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan dilakukan pelatihan terhadap ibu-ibu rumah tangga didesa waringinsari. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di rumah salah satu ibu rumah tangga yang tempatnya strategis. Hal ini dilakukan agar memudahkan ibu-ibu untuk berkumpul dan meningkatkan motivasi untuk mengikuti kegiatan. Tahapan ini juga melakukan cara produksi pangan yang baik, pemilihan bahan, pengemasan dan pelabelan produk. Proses pembuatan dimulai dengan proses pengupasan, pemotongan, perendaman dengan air panas dan soda kue selama satu jam, penggorengan, penirisan, pembuatan bumbu, pencampuran keripik dengan bumbu hingga pengemasan.

## Tahap 3. Pemasaran

Pemasaran produk terbagi ke dalam dua bagian, yaitu daring dan luring. Pemasaran daring dilakukan dengan menggunakan tiga aplikasi yang umum digunakan didaerah Waringinsari yaitu, aplikasi Facebook, Instagram dan Whatsapp. Sedangkan untuk pemasaran secara luring dilakukan secara langsung seperti ke toko-toko, warung-warung kecil, dan penjualan secara dari pintu ke pintu.

## HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup kegiatan wawancara dengan kepala Desa, pendataan terhadap rumah ibu-ibu rumah tangga di Kp. Cicadas yang ingin mengikuti pelatihan, sosialisasi, pendampingan pelaksanaan pelatihan pembuatan keripik singkong pedas dan pemasaran produk secara luring dan daring (Gambar 1).

### Wawancara

Wawancara dilaksanakan pada hari Senin dikantor kelurahan Desa Waringinsari. Pokok bahasan dalam wawancara mengenai potensi dan permasalahan yang ada di desa Waringinsari yaitu mengenai bidang kewirausahaan. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui potensi yang akan dikembangkan dimasyarakat. Kepala Desa Waringinsari Nadir Muharram, S.Pd. memberikan motivasi serta menyarankan agar kegiatan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang sudah didiskusikan. Hal tersebut berkaitan dengan kebun singkong yang kurang terawat serta terbuang sia-sia agar dapat dikembangkan menjadi sebuah olahan yang dapat memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat.



Gambar 1. Foto bersama dengan kepala desa beserta stafnya setelah wawancara

### Sosialisasi

Tahap ini dilaksanakan ketika penentuan program dengan target sasaran pelatihnnya adalah ibu-ibu rumah tangga di Kp. Cicadas Desa Waringinsari (Gambar 2). Kunjungan terhadap ibu-ibu rumah tangga ini bertujuan untuk mengajak ibu-ibu mengikuti sosialisasi serta pendampingan pelaksanaan pelatihan pembuatan keripik singkong pedas yang dilanjutkan dengan pemasaran produk olahan keripik tersebut. Hasilnya adalah ibu-ibu rumah tangga di Kp. Cicadas sebagian besar antusias ingin mengikuti pelatihan karena penasaran terhadap olahan yang akan dibuat.



Gambar 2. Kunjungan dan Sosialisasi

### Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan disalah satu rumah warga. Pelatihan ini diawali dengan penjelasan secara singkat tentang tahapan proses membuat keripik. Tahapan tersebut yaitu proses pengupasan, pemotongan, perendaman dengan air panas dan soda kue selama satu jam, penggorengan, penirisan, pembuatan bumbu, pencampuran keripik dengan bumbu hingga *packaging* (Gambar 3). Berdasarkan pengamatan selama proses berlangsung ibu-ibu melakukannya dengan baik dan berdiskusi sehingga pemahaman dengan cepat diserap dengan baik. Hasil produksi dari pelatihan tersebut sampel penjualan yang akan diedarkan ke toko-toko dan warung-warung.



Gambar 3. Label yang digunakan

### Pemasaran

Tindakan selanjutnya adalah pemasaran untuk keripik singkong pedas yang telah dibuat. Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menetapkan harga suatu produk dan memasarkannya. Menurut Prof. Murdijati Gardjito, Guru besar teknologi Pangan dari UGM, makanan tradisional adalah “makanan yang diolah dari bahan pangan hasil produksi setempat, dengan proses yang telah dikuasai masyarakat dan hasilnya adalah produk yang cita rasa, bentuk dan cara makannya dikenal, digemari, dirindukan, bahkan menjadi penciri kelompok tertentu. Pada sebagian masyarakat, makanan tradisional juga merupakan kebanggaan akan daerah kelahirannya, tempat tumpah darahnya” (Suhandi, Hanafiah dan Harsono, 2020).

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran, seperti segmentasi pasar, *targeting*, strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi tempat (Putro dan Riandini, 2020). Sebagai mana yang telah dinyatakan maka diterapkanlah strategi tersebut dalam pemasaran keripik singkong pedas waringin dari mulai pemasaran secara luring seperti pemasaran produk ke toko-toko sembako, warung kecil, dan pemasaran kepada anak-anak (Gambar 4).



Gambar 4. Pemasaran luring

Pemasaran secara daring memiliki kendala yaitu, sebagian besar penduduk Waringinsari hanya menggunakan aplikasi Facebook dan Whatsapp hanya sebagian kecil masyarakat mempunyai Instagram. Oleh sebab itu pemasaran secara daring sebagian besar hanya di aplikasi Facebook dan Whatsapp (Gambar 5).



Gambar 5. Pemasaran Daring

Kegiatan promosi pemasaran juga dilakukan dengan memperkenalkan produk kepada ibu-ibu majelis taklim Assalaviyah pada kegiatan pengajian rutin di hari Jumat (Gambar 6).



Gambar 6. Promosi secara luring terhadap ibu-ibu majelis taklim

Model pengembangan produk makanan ringan keripik singkong pedas waringin (KIPAS ANGIN). Sebagaimana yang telah diuraikan maka dapat digambarkan dengan Business model canvas yang terdiri dari Sembilan komponen (Rukka, Busthanul dan Fatonny, 2018). seperti yang digambarkan pada tabel 1.

Tabel 1. Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segment
1. Pemilik lahan singkong 2. Toko-toko sembako dan warung-warung kecil	1. Mensosialisasikan pembuatan Keripik singkong pedas waringin 2. Pengolahan Keripik singkong pedas waringin 3. Pemasaran	1. Keripik Singkong Pedas memiliki dua rasa (pedas biasa dan pedas jeletot) 2. Keripik singkong tahan tidak mudah melempem 3. Harga terjangkau 4. Menggunakan merk dan logo yang mudah diingat 5. Menginovasi makanan ringan singkong	1. Penjualan Langsung ( <i>daring/luring</i> ) 2. Reseller Pada toko dan warung kecil	1. Anak-anak 2. Pelajar 3. Orang tua
	Key Resources		Channels	
	1. Kebun Singkong 2. Peralatan perajang keripik 3. Alat Penggorengan yang baik		1. Media Daring 2. Direct 3. Indirect	
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Biaya bahan bumbu dan alat 2. Kouta internet 3. Biaya kemasan 4. Biaya promosi		Dalam hal ini merupakan pendapatan yang diterima dari hasil penjualan produk Keripik singkong pedas Waringin		

Jumlah produksi dan penjualan keripik singkong pedas waringin yang dihasilkan oleh ibu-ibu rumah tangga dikampung Cicadas sebanyak 56 bungkus dalam 2 kali produksi selama dua 2 minggu, seperti yang telah diuraikan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penjualan

Produksi	Hasil Penjualan	
	Pedas Biasa	Pedas Jeletot
Produksi Minggu ke 1	20 pcs	5 pak
Produksi Minggu ke 2	23 pcs	11 pak
Total	43 pcs	16 pak

Berdasarkan data hasil penjualan pada tabel 2 dapat dijadikan sebagai bahan untuk mengevaluasi produk. Data hasil penjualan produk juga yang menentukan apakah pemasaran produk menghasilkan peningkatan dan untuk mengevaluasi keinginan konsumen sebagai bentuk pengembangan produk ke depannya. Berdasarkan data hasil penjualan menunjukkan peningkatan penjualan keripik singkong pedas waringin (KIPAS ANGIN). Peningkatan penjualan terjadi berkelanjutan walaupun tidak signifikan. Berdasarkan hasil evaluasi penjualan ibu-ibu rumah tangga di Kp. Cicadas desa Waringinsari ingin meneruskan pembuatan produksi dalam bentuk berkelompok. Hasil dari penjualan sebagian akan digunakan untuk membeli peralatan kebersihan masjid dan madrasah, serta sebagian dijadikan modal kembali. Untuk hasil penjualan berikutnya ibu-ibu rumah tangga ingin membuat arisan sehingga ada pemasukan untuk ibu-ibu rumah tangga itu sendiri.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa pemberdayaan kewirausahaan ibu rumah tangga melalui pelatihan pembuatan dan pemasaran keripik singkong pedas di desa Waringinsari ini dapat membantu para ibu rumah tangga dalam mendapatkan penghasilan dikarenakan sebelumnya ibu-ibu tidak memiliki penghasilan sama sekali. Oleh karena itu kegiatan ini mempunyai kesimpulan sebagai berikut, yaitu: (1) Pemanfaatan kebun singkong di desa Waringinsari sebagai upaya awal membantu perekonomian ibu-ibu rumah tangga di kampung Cicadas desa Waringinsari; (2) menambah pengetahuan tentang inovasi tanaman singkong menjadi sebuah produk yang memiliki nilai ekonomi yang baik dan pemasaran melalui media sosial; (2) Ibu rumah tangga di kampung Cicadas desa Waringinsari berhasil memiliki peluang pendapatan tambahan ditunjukkan dengan kenaikan penjualan produk. Hal ini ditunjukkan dengan penjualan produk yang meningkat setiap minggunya yaitu sebesar 15% untuk pedas biasa dan sebesar 12% untuk pedas jeletot. Kegiatan ini telah membuat ibu-ibu rumah tangga untuk memiliki penghasilan sampingan yang berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih serta penghargaan yang tinggi ditunjukkan kepada ibu-ibu rumah tangga di Kp.Cicadas Desa Waringinsari, dan kepala Desa Waringinsari yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan KKN ini selama di lapangan berlangsung. serta berterima kasih juga kepada pihak lain yang telah memberikan kontribusinya juga dalam kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Putro, B. E., & Riandini, M. P. (2020). Produksi asinan mantap membara (ASMARA) dan makaroni nikmat pedas (KANDAS) sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat terdampak Pandemi Covid-19. *Ikhraith-Abdimas*, 3(3), 147-154. Available at: <<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/775>>.
- Rukka, R.M., Busthanul, N., & Fatonny, N. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Keripik Bayam. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 41-54. Available at: <<https://journal.unhas.ac.id/index.php/jsep/article/view/3622>> [Accessed 7 Sep. 2021].
- Sahri, S., Sa'ida, I.A., Zuhriyah, A., & Februyani, N. (2021). Usaha Pendampingan Ekonomi bagi Masyarakat dalam Pembuatan Keripik Pepaya di Desa Pungpungan Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro. *Inspirasi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 50-56. Available at: <<https://journal.inspirasi.or.id/jppm/article/view/50>>.
- Suhandi, S., Hanafiah, H., & Harsono, P. (2020). Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Khas Kabupaten Pandeglang. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(2), 143-152.
- Telagawathi, N. L. S., Suci, I. M., & Mayangsari, N. M. D. A. (2019). Pelatihan dan Pendampingan Managemen Usaha Rumah Tangga Olahan Kelapa Didesa Banjarangkan Kabupaten Klungkung. In: *Prosiding SENADIMAS Ke-4. Tabanan: LPPM Universitas Pendidikan Ganesha*, 458-470.
- Al Umar, A. U. A., Savitri, A. S. N., Pradani, Y. S., Mutohar., & Khamid, N. (2021). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Wujud Pengabdian Kepada Masyarakat Di Tengah Pandemi Covid-19(Studi Kasus Iain Salatiga Kkn 2021). (Paper) *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 7(1), 1689-1699. Available at: <[www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)>.