

INOVASI PENGOLAHAN KERIPIK DARI LIMBAH PUCUK DAUN SINGKONG DI DESA BANJAR AGUNG LAMPUNG UTARA

Marini¹, Della Monica², Hagi Julio Salas³

Marini@umko.ac.id¹, Della.monica@umko.ac.id², Hag.Julio.Salas@umko.ac.id³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Kotabumi

Abstrak: Desa Banjar Agung Kecamatan Abung Timur Kabupaten Lampung Utara merupakan sebuah desa di Lampung Utara yang banyak memiliki potensi hasil alam, berupa singkong, jagung, dan padi. Kebanyakan warga desa di desa Banjar Agung berfokus pada hasil pertanian dan berkebun. Hampir sepanjang jalan di area desa Banjar Agung dipenuhi oleh tanaman singkong. Implementasi komunikasi pemasaran berpengaruh dalam proses inovasi pengolahan keripik dari limbah pucuk daun singkong. Hal ini dikarenakan adanya pemanfaatan limbah yang sebelumnya dibiarkan menjadi sesuatu yang berharga, terutama Di Desa Banjar Agung Lampung Utara. Yang mana dalam kegiatan ini yang dilakukan berupa a.

Mempresentasikan temuan, Dengan mengadakan mempresentasikan hasil kegiatan dari proses produksi, pengemasan, dan pemasaran hasil dari produk keripik pucuk daun singkong dan melakukan pelatihan serta pendampingan komunikasi pemasaran digital untuk mengetahui indikator pemahaman yang didapat. b. Review process. Tim pengabdian mengajak anggota mitra untuk mereview kembali proses pengabdian dengan melakukan tanya jawab sehingga hasil yang didapat sesuai dengan tujuan dalam pengabdian.

Kata Kunci : Komunikasi, Inovasi, kripik

PENDAHULUAN

Desa Banjar Agung Kecamatan Abung Timur Kabupaten Lampung Utara merupakan sebuah desa di Lampung Utara yang banyak memiliki potensi hasil alam, berupa singkong, jagung, dan padi. Kebanyakan warga desa di desa Banjar Agung berfokus pada hasil pertanian dan berkebun. Hampir sepanjang jalan di area desa Banjar Agung dipenuhi oleh tanaman singkong. Masyarakat setempat biasanya saat panen singkong, tidak mengolah

singkong-singkong tersebut menjadi suatu produk atau dibuat olahan lain, namun langsung dijual ke pabrik-pabrik. Hal yang sama juga dengan jagung yang begitu panen langsung dikirim ke pabrik untuk dijual. Masyarakat setempat hanya memanfaatkan hasil pertanian dengan langsung dijual tanpa adanya pengolahan terlebih dahulu. Terlebih singkong, selain dimanfaatkan singkong, daun dan pucuk daun singkong hanya dijadikan pakan ternak. Singkong menjadi jenis umbi-

umbian yang menjadi sumber utama warga setempat.

Potensi pengolahan singkong dapat dengan mudah dibudidayakan oleh petani (Aгна, 2022). Cara menanamnya yang cukup mudah sehingga peluang usaha melalui pengolahan limbah pucuk daun singkong ini menjadi potensi untuk meningkatkan sumber penghasilan terutama oleh ibu-ibu warga desa setempat. Meskipun dapat dengan mudah ditemui, namun harga singkong termasuk rendah di Indonesia dibanding padi atau bahan pokok lainnya (Aгна, 2022). Maka dari itu perlu pemanfaatan selain singkongnya saja namun batang dan pucuk daun singkong bisa menjadi sebuah potensi untuk membuat suatu produk baru. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat kelompok usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai wadah pemanfaatan limbah dari tanaman singkong untuk diolah menjadi produk yang dapat menjadi peluang usaha di masyarakat desa Banjar Agung.

UMKM merupakan penyangga perekonomian nasional yang terbukti mampu bertahan pada saat krisis moneter di Indonesia pada 1997-1998. Di satu sisi, UMKM memiliki ketahanan yang tangguh terhadap krisis perekonomian (Aini, 2021). Namun di sisi lainnya, pengembangan UMKM dihadapkan dengan berbagai persoalan yang cukup kompleks Penelitian

ini berangkat dari kompleksitas persoalan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha keripik limbah pucuk daun singkong. Maka dari itu kelompok kami akan memulai sebuah usaha dimana usaha ini cukup menjajikan yaitu meminimalisir limbah tanaman singkong (Aгна, 2022) salah satunya dengan memanfaatkan pucuk daun singkong sebagai bahan pangan. Di mana saat ini pemerintah sedang berusaha menimalisir limbah tanaman singkong. Manfaat dari kegiatan usaha ini memberdayakan warga setempat, juga di daerah Lampung Utara untuk menjadikan pucuk daun singkong sebagai pangan yang dapat di perjual belikan dimana akan membantu perekonomiannya.

Selain pembuatan inovasi keripik dari limbah pucuk daun singkong, pengabdian ini juga akan diimplemen-tasikan cara untuk memasarkan produk melalui komunikasi pemasaran agar tidak hanya sekedar produksi, namun juga upaya pembangunan citra merek serta upaya pemasaran digital melalui komunikasi pemasaran sehingga produk lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas. Pada dasarnya komunikasi pemasaran (marketing communication) sendiri adalah proses penyampaian pesan secara persuasif yang dilakukan oleh sebuah badan usaha atau persusahaan untuk memberikan pengaruh kepada konsumen agar mereka dapat mengetahui, memahami dan

mengingat jasa atau produk yang ditawarkan baik secara langsung maupun tidak langsung (Ri'aeni, 2019). Melalui perkembangan zaman, media komunikasi pemasaran berkembang dalam bentuk atau melalui media digital (Octavia & Sari, 2019).

Komunikasi pemasaran digital merupakan sarana bagi sebuah badan usaha atau lembaga dalam proses pengiriman informasi, mempersuasif, dan mengingatkan kepada konsumen mengenai produk dan jasa yang ditawarkan melalui media digital dan berbasis internet (Yopi et al., 2020). Komunikasi pemasaran dapat digunakan untuk menjadi formula manajemen sebuah lembaga dalam merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi produk atau jasa agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan (Kusuma et al., 2018).

Kegiatan komunikasi pemasaran digital melalui pembuatan keripik pucuk

limbah singkong memberikan ruang interaksi yang mudah bagi perusahaan dengan konsumennya hingga mampu meningkatkan penjualan, sehingga kegiatan komunikasi pemasaran mampu meningkatkan value merek ingin lebih berinovasi dalam hasil akhirnya (Santoso & Romadon, 2020), mungkin limbah pucuk daun singkong sebagai camilan untuk sehari-hari. Dari observasi awal yang dilakukan tim pengabdian, diketahui jika terdapat 4 kelompok ibu-ibu PKK yang berjumlah 40 orang di desa Banjar Agung yang dari hasil wawancara singkat tim dengan kepala desa setempat mengungkapkan jika kegiatan ibu-ibu PKK hanya pengajian dan senam sehat tiap minggu. Berdasarkan temuan tersebut, maka perlu dilakukan pengabdian untuk pembuatan produk dari hasil limbah pucuk daun singkong sebagai bagian dari kegiatan ibu-ibu PKK.



Gambar 1: Masyarakat Desa Banjar Baru Lampung Utara

Pengabdian ini **bertujuan** untuk memahami pengelolaan bahan limbah yang terbuang atau tidak terpaik menjadi bahan yang dapat meningkatkan perekonomian sebagai makanan yang dapat di perjual belikan serta cara yang digunakan untuk memasarkan produk (Firmansyah, 2020). **Urgensi** dari pengabdian ini adalah karena di desa Banjar Agung, belum ada usaha dari ibu-ibu PKK terkait pembuatan produk usaha dan cara memasarkan melalui teknologi digital, berupa internet. Hal tersebut terjadi karena selama ini hasil dari singkong hanya dijual langsung ke pabrik tanpa adanya inovasi pengolahan singkong dan limbah pucuknya menjadi suatu produk seperti keripik yang dapat menjadi peluang

peningkatan ekonomi masyarakat desa Banjar Agung.

PERMASALAHAN DAN SOLUSI

1. Permasalahn Prioritas

Berdasarkan data hasil observasi dan uraian di atas dapat diketahui masalah yang saat ini sedang dihadapi desa Banjar Agung Kecamatan Abung Lampung Utara yaitu:

- a. Belum adanya kegiatan ataupun produksi produk dari limbah dari pucuk daun singkong;
- b. Belum adanya tim dari masyarakat khususnya ibu-ibu PKK yang membuat usaha pengolahan keripik dari pucuk daun singkong;

- c. Belum memahami proses produksi serta penanganan limbah pucuk daun singkong;
- d. Belum adanya manajemen komunikasi pemasaran digital untuk memasarkan produk;
- e. Belum memahami proses pengelolaan pesan dalam komunikasi pemasaran digital.
- f. Belum dapat memahami dan menggunakan media komunikasi digital yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

2. Solusi

Berdasar permasalahan di atas tim pengabdian dapat merumuskan solusi yang akan dilakukan sebagai upaya pemecahan masalah- masalah tersebut yaitu;

- a. Belum adanya kegiatan ataupun produksi produk dari limbah dari pucuk daun singkong.
Solusi: - Membuat kelompok produksi untuk pembuatan kelompok pengolahan keripik limbah pucuk daun singkong
- b. Belum adanya tim dari masyarakat khususnya ibu-ibu PKK yang membuat usaha pengolahan keripik dari pucuk daun singkong;
Solusi: - Membentuk tim khusus dari ibu-ibu PKK untuk membuat usaha pengolahan pucuk daun singkong dan pembuatan merek

produk;

- c. Belum memahami proses produksi serta penanganan limbah pucuk daun singkong;
Solusi: - Membuat proses produksi pembuatan keripik dari limbah pucuk daun singkong
- d. Belum adanya manajemen komunikasi pemasaran digital untuk memasarkan produk;
Solusi: - Sosialisasi terkait komunikasi pemasaran digital agar ibu-ibu PKK mengetahui cara untuk memasarkan produk dengan kombinasi dari penerapan komunikasi pemasaran;
- e. Belum memahami proses pengelolaan pesan dalam komunikasi pemasaran digital.
Solusi: - Pelatihan cara pengolahan pesan dalam memasarkan produk keripik limbah pucuk daun singkong
- f. Belum dapat memahami dan menggunakan media komunikasi digital yang relevan dengan kebutuhan masyarakat
Solusi: - Sosialisasi penggunaan media komunikasi digital pada gadget untuk memasarkan produk serta membangun citra merek agar dapat dengan mudah dikenal masyarakat sehingga membantu proses pemasaran produk dan

penjualan.

Solusi permasalahan yang ditawarkan pada program pengabdian masyarakat disajikan pada tabel sebagai berikut.

Tabel.1
Solusi pemecahan masalah pada mitra

N o	Permas alahan	Solusi	Keteranga n
1	Belum adanya kegiatan ataupun produksi produk dari limbah pucuk daun singkong;	Membuat kelompok produksi untuk pembuatan kelompok pengolahan keripik limbah pucuk daun singkong	Tim pengabdian mengelompokkan kelompok dari masyarakat khususnya ibu-ibu PKK desa Banjar Agung sebagai tim produksi keripik pucuk daun singkong
2	Belum adanya tim dari	Membentuk tim	Dari 4 kelompok tim ibu-

	masyarakat khusus dari ibu-ibu PKK yang membuat usaha pengolahan keripik dari pucuk daun singkong;	ibu PKK yang berjumlah 40 orang maka akan dibentuk tim sesuai job desk, mulai dari pencarian limbah pucuk, pengelolaan, produksi, sampai pemasaran.	
3	Belum mahami proses produksi serta penanganan limbah pucuk daun singkong;	Membuat proses produksi pembuatan keripik dari limbah pucuk daun singkong	Tim pengabdian bersama tim ibu-ibu PKK mulai melakukan proses produksi pengolahan limbah pucuk daun singkong

			menjadi keripik, mulai dari proses pengumpulan bahan, pembuatan keripik, dan pengemasan produk
4	Belum adanya manajemen komunikasi pemasaran digital untuk memasarkan produk;	Sosialisasi terkait komunikasi pemasaran digital agar ibu-ibu PKK mengetahui cara untuk memasarkan produk dengan kombinasi dari	Tim pengabdian memberikan sosialisasi terkait pentingnya memasarkan produk dengan menggunakan internet serta penerapan dari strategi komunikasi digital

		penerapan komunikasi pemasaran;	
5	Belum memahami proses pengelolaan pesan dalam komunikasi pemasaran digital.	Pelatihan cara pengolahan pesan dalam memasarkan produk keripik limbah pucuk sundung	Tim pengabdian melakukan pendampingan kepada tim ibu-ibu PKK dalam membuat pesan yang menarik dalam memasarkan produk melalui media baru khususnya sosial media; Tik Tok; Instagram;

			Facebook
6	Belum dapat memahami dan menggunakan media komunikasi digital yang relevan dengan kebutuhan masyarakat	Sosialisasi terkait komunikasi pemasaran; kombinasi dari penerapan komunikasi pemasaran;	Tim pengabdian melakukan pendampingan khususnya setelah memberikan sosialisasi terkait komunikasi pemasaran dan menerapkan membangun citra merek produk yang dibuat untuk meningkatkan citra dan kualitas produk agar

			diminati masyarakat.
--	--	--	----------------------

Proses pembuatan keripik dari pucuk daun singkong sangat sederhana dan tidak diperlukan bahan-bahan khusus untuk proses pembuatannya (Aini, 2021). Saat menggunakan bahan baku daun singkong, maka diperlukan ketelatenan dan ketelitian dalam memilih pucuk daun singkong yang segar dan muda agar keripik yang dihasilkan garing dan tidak alot. Tanaman singkong memiliki banyak manfaat bagi kesehatan (Agni, 2022). Tanaman singkong begitu pula dengan pucuk daunnya memiliki kandungan anti oksidan, anti kanker, anti tumor dan dapat meningkatkan nafsu makan.

1. Adapun kriteria dari pucuk batang daun singkong yang dapat dijadikan keripik adalah sebagai berikut;
 - Dari pucuk batang daun singkong yang segar
 - Tekstur lembut dan muda
 - Batang pucuk daun muda yang mudah dipotek
2. Peralatan yang dibutuhkan;
 - Pisau atau pemotong
 - Wajan sebagai wadah menggoreng
 - Sutel untuk membantu

mengaduk-aduk menggoreng
keripik pucuk batang daun
singkong

- Kompor untuk memasak

3. Tahap persiapan bahan baku;

- Pembersihan dan pencucian batang pucuk daun singkong yang sebelumnya telah dipetik
- Pemberian bumbu berupa garam dan penyedap masakan

4. Tahap pengolahan;

- Pucuk batang daun singkong yang telah dibersihkan lalu direndam air garam, lalu dibalur pada tepung dan digoreng krispi. Setelah matang baru ditambah bumbu lain sebagai perasa, baik bumbu balado, asin, original, dan lainnya

5. Tahap pengemasan;

- Keripik pucuk batang daun singkong yang telah digoreng dan dibumbui, siap untuk dikemas. Dalam proses pengemasan ini juga telah disiapkan merek untuk ditempel pada produk

6. Tahap pemasaran;

Membuat platform di berbagai sosial media dan membangun citra merek

dari komunikasi pemasaran untuk meningkatkan citra dan brand image dari produk pucuk batang daun singkong untuk dipasarkan melalui media sosial.

METODE

Metode PAR (Participation Action Research) digunakan dalam pengabdian ini. Metode PAR merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mempelajari dan mengatasi permasalahan yang ada di masyarakat atau mitra (Denzin & Lincoln, 2009). PAR diterapkan pada kondisi di mana orang-orang sudah saling mengenal dan atau bekerja bersama, dan juga oleh kelompok-kelompok yang berkumpul untuk melakukan tindakan pada suatu masalah tertentu (Denzin & Lincoln, 2009). Hal ini sesuai dengan kondisi mitra, masyarakat desa Banjar Agung Abung Lampung Utara yaitu ibu-ibu PKK yang mana masih dibawah pimpinan kepala desa, Azwar. Desa Banjar Agung Abung Lampung Utara memiliki sumber daya manusia serta hasil pertanian yang melimpah, khususnya jagung, padi, dan singkong. PAR mempunyai ciri utama yaitu adanya keterlibatan masyarakat atau anggota mitra secara aktif. Keterlibatan ini diperlukan agar dapat mewujudkan perubahan yang diharapkan (Pain et al., 2019). PAR

mempunyai langkah-langkah yang perlu ditempuh seperti yang dikutip dari Mackenzie et al (Pain et al., 2019) sebagai berikut;

1. Inquiry

Inquiry merupakan tahap pertama dalam pendekatan ini. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan observasi dan identifikasi masalah melalui kegiatan wawancara dengan kepala desa, sekretaris desa, staf des dan warga desa Banjar Agung Lampung Utara. Dari kegiatan ini maka dapat diperoleh masalah dan kebutuhan program yang menjadi prioritas kegiatan sesuai pada pembahasan permasalahan di atas.

2. Action

Tahapan ini dilakukan dengan dua kegiatan yaitu :

a. Membentuk kemitraan dengan kolaborator dan tim pengabdian

Setelah mendapatkan data permasalahan yang ada pada mitra, tim pengabdian melakukan pengajuan kerjasama dengan desa Banjar Agung Lampung Utara berdasar permasalahan dan solusi yang akan diberikan oleh tim pengabdian. Setelah mendapat persetujuan kerjasama maka tim pengabdian merancang proposal dan melaksanakan program pengabdian dengan melibatkan partisipasi aktif dari elemen mitra.



Gambar 2: Tim Pengabdian melakukan observasi awal dan foto bersama Kepala Desa Banjar Agung Lampung Utara

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program dilakukan berdasarkan permasalahan dan rancangan awal yang telah disusun oleh tim pengabdian. Setiap elemen mitra dilibatkan dan dipetakan berdasar kemampuan dan tugas yang diberikan. Langkah awal yaitu penentuan anggota sesuai kompetensi pada scope komunikasi pemasaran digital yang terdiri dari ketua tim yang melakukan manajemen pesan komunikasi pemasaran digital dan anggota bidang yang akan menggunakan tools bauran komunikasi pemasaran digital yang terdiri dari kelompok masyarakat. Tim pengabdian antara dosen dan mahasiswa melakukan pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada elemen mitra.

Pada langkah ini kegiatan yang dilakukan berupa

a. Mempresentasikan temuan,

Tim pengabdian mengajak anggota mitra untuk

merefleksikan atau mempresentasikan hasil kegiatan dari proses produksi, pengemasan, dan pemasaran hasil dari produk keripik pucuk daun singkong dan melakukan pelatihan serta pendampingan komunikasi pemasaran digital untuk mengetahui indikator pemahaman yang didapat.

b. Review process.

Tim pengabdian mengajak anggota mitra untuk mereview kembali proses pengabdian dengan melakukan tanya jawab.

Gambaran IPTEKS

Berikut ini merupakan gambaran IPTEK yang akan diimplementasikan dalam program pengabdian.

1. Inovasi Pembuatan Keripik dari Batang Pucuk Daun Singkong.
2. Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran



Gambar 3: Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) sendiri pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan secara persuasif yang dilakukan oleh sebuah badan usaha atau perusahaan untuk memberikan pengaruh kepada konsumen agar mereka dapat mengetahui, memahami dan mengingat jasa atau produk yang ditawarkan baik secara langsung maupun tidak langsung (Reza, 2016) Gambar di atas menunjukan 5 elemen komunikasi pemasaran yang dapat digunakan. Masing-masing elemen terlibat dalam pengiriman pesan- pesan pemasaran.

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, media Komunikasi pemasaran bertransformasi menjadi digital. Pesan-pesan pemasaran dan 5 elemen di atas dapat disampaikan dalam bentuk dan melalui media digital. Penerapan komunikasi pemasaran membantu dalam penyelarasan dalam program yang dilaksanakan.

KESIMPULAN

Implementasi komunikasi pemasaran berpengaruh dalam proses inovasi pengolahan keripik dari limbah pucuk daun singkong. Hal ini dikarenakan adanya pemanfaatan limbah yang sebelumnya dibiarkan menjadi sesuatu yang berharga, terutama Di Desa Banjar Agung Lampung Utara. Yang mana dalam kegiatan ini yang dilakukan berupa

- a. Mempresentasikan temuan,
Dengan mengadakan mempresentasikan hasil kegiatan dari proses produksi, pengemasan, dan pemasaran hasil dari produk keripik pucuk daun singkong dan melakukan pelatihan serta pendampingan komunikasi pemasaran digital untuk mengetahui indikator pemahaman yang didapat.
- b. Review process.

Tim pengabdian mengajak anggota mitra untuk mereview kembali proses pengabdian dengan melakukan tanya jawab sehingga hasil yang didapat sesuai dengan tujuan dalam pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agna, F. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Keripik Singkong Aneka Rada di Desa Paron Ngawi. *Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37–42. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i1.5312>
- Aini, Q. (2021). Pengembangan UKM Keripik Singkong Varian Rasa dalam Peningkatan Masyarakat pada Masa New Normal. *Ethos: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 123–126. <https://doi.org/10.29313/ethos.v9i1.6697>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Kusuma, Fitri, D., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *...Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.
- Octavia, G., & Sari, W. P. (2019). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Prologia*, 2(2), 339. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3598>
- Pain, R., Geoff, W., David, M., & Lune, R. T. (2019). *Participatory Action Research Toolkit: An Introduction to Using PAR as an Approach to Learning, Research and Action*. Durham University.
- Reza, F. (2016). STRATEGI PROMOSI PENJUALAN ONLINE LAZADA.CO.ID. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 63. <https://doi.org/10.24198/jkk.v4i1.6179>
- Ri'aeni, I. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA PRODUK KULINER TRADISIONAL. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 1(2), 141–149. <https://doi.org/10.31334/ljk.v1i2.443>
- Santoso, A. B., & Romadon, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial (Studi Kasus Content Creative 4.0 Di Instagram). *Jurnal Aksara Public*, 4(1). <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1856899>
- Yopi, M., Wahid, U., & Azis, F. (2020). Digital Brand Equity Melalui Social Media (Studi Kasus Pada Bagian Pemasaran Sekolah Global Jaya). *Aguna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 87–106.