

# KONSEP PENGEMBANGAN INOVASI KERIPIK GADUNG, DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA KUTAWARINGIN, KECAMATAN MANDE, KABUPATEN CIANJUR

Akhmad Sutoni<sup>1</sup>, Isma Masrofah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Suryakencana  
Jl. Pasir Gede Raya, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia  
E-mail : tbungsu13@gmail.com<sup>1</sup>, Isma.masrofah@unsur.ac.id<sup>2</sup>

## ABSTRACT

*The problem in the concept of developing wild root yam chips innovation in community empowerment in the village of kutawaringin is, starting with raw materials, product innovation, display of products and packaging, promotion and marketing, to the sales system. Therefore, from all existing problems, a solution must be made, namely by conducting guidance on the home industry. Target another outcome is increasing partner empowerment according to the problems faced by gadung gadgets SMEs, namely knowledge, skills of partners increase, as well as product quality, number of products, production capacity, total assets, total turnover, total workforce, and increased management capabilities . The activity plan that will be carried out is coaching and mentoring in the form of providing equipment that can facilitate the production process, coaching in the form of counseling in every existing problem, providing examples of product innovation, and packaging. Furthermore, it will continue to provide assistance to facilitate all the needs of partners in empowering gadung chips.*

**Keywords:** Chips, Wild Root Yam (*Dioscorea Hispida* Dennst), SMEs, home industry, community empowerment, product innovation.

## ABSTRAK

Permasalahan dalam konsep pengembangan inovasi keripik Gadung dalam pemberdayaan masyarakat di desa Kutawaringin adalah, dimulai dengan bahan baku, inovasi produk, tampilan produk dan kemasan, promosi dan pemasaran, sampai kepada sistem penjualan. Maka dari itu dari semua permasalahan yang ada harus dibuatkan solusi, yaitu dengan melakukan pembinaan terhadap industri rumahan tersebut. Target Luaran lainnya adalah peningkatan keberdayaan mitra sesuai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM keripik Gadung, yaitu pengetahuan, keterampilan dari mitra meningkat, begitu juga dengan Kualitas produk, jumlah produk, kapasitas produksi, jumlah asset, jumlah omset, jumlah tenaga kerja, dan kemampuan manajemen meningkat. Rencana kegiatan yang akan dilakukan adalah pembinaan dan pembimbingan berupa memberikan peralatan yang bisa mempermudah dalam proses produksi, pembinaan berupa penyuluhan dalam setiap permasalahan yang ada, memberikan contoh Inovasi produk, dan kemasan. Selanjutnya akan terus melakukan pendampingan untuk memfasilitasi semua kebutuhan mitra dalam pemberdayaan keripik gadung ini.

**Kata kunci :** Keripik, Gadung (*Dioscorea hispida* Dennst), UMKM, Home Industry, Pemberdayaan Masyarakat, Inovasi Produk.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Gadung

Gadung (*Dioscorea hispida* Dennst) merupakan salah satu jenis tanaman umbi-umbian yang tumbuh liar di hutan-hutan, pekarangan, maupun perkebunan (Harijono, S, T. A. dan M, Erryana. 2008). Gadung merupakan perdu memanjat yang tingginya dapat mencapai 5-10 m. Batangnya bulat, berbulu dan berduri yang tersebar sepanjang batang dan tangkai daun. Umbinya bulat diliputi rambut akar yang besar dan kaku, kulit umbi berwarna gading atau coklat muda, daging umbinya berwarna putih gading atau kuning. Umbinya muncul dekat permukaan tanah. Dapat dibedakan dari jenis-jenis *dioscorea* lainnya karena daunnya merupakan daun majemuk terdiri dari 3 helai daun. Bunga tersusun dalam ketiak daun, berbulut, berbulu dan jarang sekali dijumpai (Rukmana, R. 2001).

Umbi gadung merupakan salah satu sumber pangan berkarbohidrat tinggi. Gadung dapat memenuhi kebutuhan energy tubuh. Karbohidrat dalam gadung didominasi oleh pati. Selain memiliki kandungan karbohidrat juga mengandung racun sianida yang dapat menyebabkan keracunan dan mematikan. Sehingga perlu dilakukan beberapa proses untuk menghilangkan kandungan residu HCN atau meminimalkannya sehingga umbi gadung menjadi aman dan layak untuk dikonsumsi (Kurnia, K. 2002) . Kandungan sianida 50 ppm bahan masih aman untuk dikonsumsi (Winarno, F.G. 1995) .

Disamping untuk memenuhi kebutuhan gizi, mengkonsumsi gadung juga memiliki manfaat karena berkhasiat untuk penyembuhan berbagai penyakit antara lain : keputihan, kencing manis, sakit perut, nyeri empedu, nyeri haid, radang kandung empedu, dan rematik (Hariana, A. 2004).

Proses pembuatan keripik gadung memerlukan waktu sekitar 6 hari,

1. Gadung yang sudah tua dikupas kulitnya (kupas tebal), kemudian diiris kecil-kecil, tebalnya sekira 3 mm.
2. Kemudian diberi abu gosok sampai semua gadung terbungkus abu gosok, remas-remas potongan gadung yang telah dilapisi abu gosok dan didiamkan selama 1 malam.
3. Setelah itu, dijemur hingga kering (biasanya selama 2 hari).

4. Kemudian direndam oleh air mengalir selama 2 – 3 hari atau dalam air tidak mengalir yang diganti tiap 6 jam dan dilakukan selama 3 hari.

5. Cuci bersih, lalu jemur hingga kering lakukan penjemuran 1 hari sampai kering.

6. Setelah kering dapat digoreng atau direbus, ditiriskan, dikeringkan dan dijual.

### 1.2. Usaha Rumah Tangga dan Pemberdayaan Masyarakat

Usaha rumah tangga dapat dimasukkan ke dalam golongan usaha kecil maupun industri kecil, tergantung dari kesesuaian kriteria yang dimiliki oleh usaha rumah tangga tersebut. Usaha kecil menurut Keputusan Presiden RI no.99 tahun 1998 adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”

Usaha rumah tangga biasanya menggunakan potensi sumber daya yang ada, salah satunya sumber daya alam. Potensi sumber daya alam di suatu daerah bisa dipilih menjadi produk unggulan terpilih di daerah tersebut, dengan menggunakan beberapa kriteria diantaranya sumber daya alam yang melimpah, kesiapan pemerintah, dan keunikan dari produk yang akan dihasilkan (Sutoni, A. 2018) .

Konsep pemberdayaan bertujuan untuk menemukan alternatif-alternatif baru dalam pembangunan masyarakat. Pembangunan tidak lagi berpusat pada pemerintah tetapi juga dilakukan oleh masyarakat itu sendiri. Pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah seringkali terhambat oleh karena pemerintah tidak mengetahui untuk siapa, apa pendekatan yang sesuai, dan bagaimana caranya program pembangunan tersebut dilaksanakan. Program pembangunan yang terpusat pada pemerintah seringkali mencapai tujuannya secara makro namun pada hakikatnya komunitas yang berada di tingkat mikro tidak mendapat pengaruh ataupun tidak dijangkau oleh pembangunan tersebut (Hikmat, Harry. 2006).

Menurut Wrihatnolo dan Dwijowijoto pemberdayaan merupakan sebuah proses sehingga mencakup tahapan-tahapan tertentu,

yaitu penyadaran, capacity building, dan pendayaan. Tahap penyadaran merupakan tahap dimana target yang hendak diberdayakan diberi “pencerahan” dalam bentuk pemberian penyadaran bahwa mereka mempunyai hak untuk mencapai “sesuatu”. Misalnya pemberian pengetahuan yang bersifat kognisi, belief, dan healing. Intinya target dibuat mengerti bahwa mereka perlu berdaya yang dimulai dari dalam diri mereka sendiri (Wrihantolo, Randy R. dan Dwidjowijoto, Rianto Nugroho. 2007).

Sumodingrat menyatakan bahwa perekonomian rakyat merupakan padanan istilah ekonomi rakyat yang berarti perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat. Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat merupakan usaha ekonomi yang menjadi sumber penghasilan keluarga. Ekonomi rakyat berbeda dengan ekonomi kerakyatan. Ekonomi rakyat merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh rakyat itu sendiri dengan menggunakan sumber daya yang mereka miliki dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, yaitu pangan, sandang, dan papan. Sedangkan ekonomi kerakyatan merupakan sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan rakyat (Sumodiningrat, Gunawan. 1999).

### 1.3 Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, Philip. 1985).

Ciri penting rencana strategis pemasaran menurut (Assauri, Sofjan. 2008) adalah:

1. Titik tolak penyusunannya melihat perusahaan secara keseluruhan.
2. Diusahakan dampak kegiatan yang direncanakan bersifat menyeluruh.
3. Dalam penyusunannya diusahakan untuk memahami kekuatan yang mempengaruhi perkembangan perusahaan.
4. Jadwal dan waktu (*timing*) yang ditentukan adalah yang sesuai dan mempertimbangkan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan.

5. Penyusunan rencana dilakukan secara realistis dan relevan dengan lingkungan yang dihadapi.

## 1. PERMASALAHAN

Pemberdayaan ekonomi merupakan pekerjaan sosial dan kegiatan kemanusiaan yang sejak dahulu telah memiliki perhatian yang mendalam pada keadaan masyarakat miskin. Prinsip-prinsip pekerjaan sosial, seperti ‘menolong orang agar mampu menolong dirinya sendiri’ (*to help people to help themselves*), ‘penentuan nasib sendiri’ (*self determination*), ‘bekerja dengan masyarakat’ (*working with people* dan bukan ‘bekerja untuk masyarakat’ atau *working for people*), pemberdayaan telah menunjukkan itikadnya dalam sejarah pekerjaan sosial untuk menjauh masyarakat miskin dari ketidak berdayaannya selama ini. Pemberdayaan ekonomi rakyat adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala pengembangan ekonomi rakyat adalah kendala struktural, maka pemberdayaan ekonomi rakyat harus dilakukan melalui perubahan struktural. Pemberdayaan ekonomi dapat berupa program pengembangan system pendukung usaha UKM dan pemberdayaan usaha skala mikro (Suharto, Edi. 2004)

Daya saing internasional produk usaha kecil dan menengah masih lemah. Padahal seperti yang kita ketahui, usaha-usaha kecil inilah yang dapat berfungsi sebagai pondasi bagi perekonomian nasional. Apabila usaha kecil (rumah tangga) ini diperkuat maka perekonomian nasional akan semakin kuat. ekonomi nasional yang tangguh dan mandiri hanya dapat terwujud apabila pelaku-pelakunya tangguh dan mandiri, dan seluruh partisipasi masyarakat dikerahkan, yang berarti partisipasi masyarakat yang seluas-luasnya. Masyarakat diikutsertakan dalam berbagai aspek dengan tujuan melancarkan pembangunan serta pemerataan hasil pembangunan tersebut. Keikutsertaan masyarakat diharapkan mampu membuat masyarakat dapat memandirikan diri mereka sendiri.

Perkembangan industri kecil (mikro) dan industri rumah tangga (*home industry*) tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu bahan baku, aksesibilitas, pemasaran, ketersediaan tenaga kerja sehingga industri menjadi ada dan berkembang (Khumaidi, 2015).

Begitu juga yang terjadi untuk home industry keripik Gadung yang ada di desa Kutawaringin. Di desa Kutawaringin banyak pohon gadung yang tumbuh liar baik di hutan maupun di kebun. Hanya sebagian kecil saja yang dibudidayakan masyarakat. Pengolahan umbi gadung tidak begitu bermacam variasinya, di Indonesia yang cukup populer adalah keripik gadung. Pelaku usaha keripik Gadung yang ada di desa Kutawaringin hanya memproduksi keripik mentah saja. Hal ini dirasakan belum bisa memberikan nilai tambah ekonomi yang cukup besar. Dengan adanya pengabdian kepada masyarakat ini, agar keripik Gadung tersebut bisa diolah sampai kepada keripik jadi yang siap dikonsumsi. Tapi pelaku usaha ini tidak tau bagaimana cara membuat produk keripik gadung yang baik, begitu juga dengan permasalahan pemodalan dan pemasaran. Jadi masih banyak permasalahan yang ada dalam pengembangan inovasi keripik gadung di desa kutawaringin tersebut. Permasalahan tersebut adalah:

#### 1. Ketersediaan bahan baku

Bahan baku berupa umbi yang diambil dari pohon Gadung sudah ada dan tersebar di kebun dan di hutan yang ada di desa Kutawaringin, tapi masyarakat belum membudidayakan dengan benar, sehingga kontinuitas bahan baku kadang masih tersendat. Begitu juga dengan jumlah, karena belum dibudidayakan maka jumlah bahan baku masih sedikit. Begitu juga besarnya umbi, kadang tidak besar karena mengandalkan dari keadaan tanah dan musim saja.

#### 2. Pemodalan

Jika keripik Gadung dibuat sampai kepada keripik yang siap dikonsumsi, pelaku usaha merasa berat tentang modal yang harus disiapkan karena mereka harus membeli peralatan untuk membuat keripik tersebut, seperti alat penggorengan, pengepakan, dll.

#### 3. Inovasi produk

Jika keripik Gadung dibuat sampai kepada keripik siap dikonsumsi, pelaku usaha tidak tau dan tidak mengerti mengolahnya harus bagaimana agar keripik tersebut bisa diminati. Hal ini menyangkut inovasi produk yang sehat dan higienis, varian rasa, dan tampilan potongan/irisan.

#### 4. Pemasaran

Kendala yang lain adalah cara melakukan promosi dan pemasarannya mesti seperti apa, agar produk bisa dikenal oleh masyarakat luas.

#### 5. Sistem Penjualan

Kendala lain adalah sistem penjualan. Desa Kutawaringin letaknya lumayan jauh dari kota kabupaten, sekitar 25 km, dengan kondisi jalan yang masih tidak bagus. Harus dijual kemana dan dimana saja, dan cara penjualannya seperti apa?

#### 6. Manajemen usaha

Tidak mengerti dalam pengelolaan usaha jika produk keripik Gadung ini mulai berjalan. Seperti Operasional, Organisasi, maupun ijin-ijin yang harus dibuat menyangkut eksistensi produk seperti Ijin Usaha, label halal, dll.

Adapun tujuannya adalah :

1. Membuat bentuk/konsep pengembangan inovasi keripik Gadung, dalam pemberdayaan masyarakat di desa Kutawaringin.
2. Membuat cara pelaksanaan pengembangan inovasi keripik Gadung, dalam pemberdayaan masyarakat di desa Kutawaringin.

## 2. METODOLOGI

Tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu dengan Pengumpulan Data dan Analisis Data.

### 2.1. Pengumpulan Data

Adapun data-data yang diperlukan dalam pengabdian kepada masyarakat diperoleh dari :

#### 1. Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) adalah suatu bentuk komunikasi *verbal*. Jadi, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh

informasi. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis, khususnya pengembangan inovasi keripik Gadung, dalam pemberdayaan masyarakat pada usaha keripik Gadung bapak. Husni Mubarak, di desa Kutawaringin. Wawancara ini dilakukan kepada pemilik industri rumahan, karyawan, sejumlah perangkat desa, dan masyarakat.

Wawancara dilakukan untuk membahas tentang usaha keripik Gadung yang sedang berjalan, permasalahan dan kendala yang dirasakan, dan keinginan-keinginan dalam pengembangan inovasi produk.

## 2. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek. Pada penelitian ini pengamatan yang dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa sehingga peneliti berada pada objek yang diteliti. Observasi dilakukan langsung pada mitra, observasi lapangan untuk mengetahui potensi sumber daya alam yang berupa bahan baku, dan observasi dalam kegiatan desa. Observasi ini ingin melihat dan mengetahui secara langsung kondisi di lapangan. Apa saja yang telah dan sedang dilakukan dalam pengembangan inovasi keripik gadung, dalam pemberdayaan masyarakat.

3. Dokumentasi (data sekunder) adalah data yang diperoleh dari tempat usaha, kantor desa, buku (kepuustakaan), Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Daerah, atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang erat kaitannya dengan objek dan tujuan penelitian, khususnya pengembangan inovasi keripik Gadung, dalam pemberdayaan masyarakat.

## 2.2. Pengolahan dan Analisis Data

Tahapan selanjutnya setelah data-data terkumpul, maka dilakukan pengolahan dan analisis data. Data-data yang didapat berupa kejadian aktual dalam pemberdayaan masyarakat terutama dalam pengembangan inovasi keripik Gadung. Baik itu yang telah dilakukan, sedang dilakukan, maupun

keinginan yang akan dilakukan. Data-data di atas tersebut memuat semua kelemahan dan kelebihan yang terjadi dalam pengembangan inovasi keripik Gadung, dalam pemberdayaan masyarakat desa Kutawaringin. Kelemahan yang ada adalah semua permasalahan yang terjadi. Sehingga dari pengolahan dan analisis data ini dibuat langkah-langkah untuk mencari solusinya. Metodologi menjelaskan teori pendukung, kronologis pengabdian, termasuk desain pengabdian, prosedur pengabdian (dapat dalam bentuk algoritma atau lainnya), cara untuk menguji dan akuisisi data.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Solusi Permasalahan didasarkan dari permasalahan yang terjadi. Secara garis besar permasalahan yang terjadi pada pengembangan inovasi Keripik Gadung, dalam pemberdayaan masyarakat desa Kutawaringin adalah mengenai Pemodal, Pelatihan Usaha, dan Pemasaran. Dari garis besar ketiga permasalahan tersebut, jika di *breakdown* lagi maka permasalahan secara rinci sebagai berikut :

1. Pemodal
2. Ketersediaan Bahan Baku berupa umbi Gadung
3. Inovasi produk yang sehat dan higienis
4. Inovasi Rasa
5. Tampilan bentuk potongan/ bentuk irisan keripik
6. Kemasan yang menarik (bungkus)
7. Promosi
8. Sistem Penjualan
9. Manajemen Usaha

Berikut ini solusi dari masing-masing permasalahan yang ada :

### 1. Pemodal

Permasalahan pertama bagi mitra ketika produksi keripik Gadung mau dikembangkan adalah tidak adanya modal, karena mitra punya kemampuan yang terbatas di bidang keuangan. Pemodal ini untuk membeli peralatan seperti kompor gas, tabung gas, wajan penggorengan, alat pemotong/pengiris, timbangan, pisau, talenan, alat press gadung, ember, kantong plastik/ kemasan, label, alat menjemur, dll. Setelah memberikan modal, harus dilakukan penyuluhan dan pelatihan bagaimana cara penggunaan dari peralatan tersebut

## 2. Ketersediaan Bahan Baku berupa umbi Gadung.

Permasalahan yang kedua adalah ketersediaan bahan baku berupa umbi Gadung yang terbatas. Ini dikarenakan selama ini umbi Gadung didapatkan dari hutan, hanya sedikit saja yang ditanam di kebun. Padahal kontinuitas bahan baku harus diperhitungkan demi keberlangsungan usaha.

Agar bahan baku selalu tersedia, maka yang harus dilakukan adalah mulai membudidayakan pohon Gadung, bagaimana cara membudidayakan Gadung tersebut, mulai pola tanam sampai kepada meningkatkan produktivitas umbi Gadung.

Solusinya adalah penyuluhan kepada mitra untuk hal tersebut, baik dari pihak kami sebagai pengusul, maupun bekerja sama dengan dinas terkait (dinas pertanian dan perkebunan). Dan pelatihan sebagai uji coba.

## 3. Inovasi Produk yang sehat dan Higienis.

Permasalahan yang ketiga adalah biasanya usaha rumah tangga tidak mempedulikan produk itu sehat dan higienis atau tidak. Ini biasanya karena kurangnya pengetahuan atau ketidaktahuan.

Solusinya adalah dengan melakukan melakukan penyuluhan dan pelatihan, bagaimana agar produk sehat dan higienis seperti penggunaan bahan organik, tidak menggunakan pewarna buatan, tidak menggunakan MSG/ Vetsin, penggunaan kemasan yang sehat, penggunaan minyak goreng yang sehat, dll. Penyuluhan dan pelatihan bisa melibatkan orang yang kompeten di bidang itu, misalnya dari Dinas Kesehatan.

## 4. Inovasi varian rasa

Permasalahan yang keempat adalah kurang pengetahuan dalam membuat produk dengan berbagai rasa sesuai perkembangan jaman dan atau sesuai keinginan konsumen. Biasanya mitra hanya tahunya rasa dari keripik Gadung yang gurih hanya menggunakan garam saja. Solusinya adalah dengan melakukan penyuluhan, yaitu memberikan contoh dari produk yang sudah ada dengan berbagai rasa. Dan juga memonivasi kepada mitra untuk terus berinovasi. Selanjutnya dilakukan uji coba dengan melakukan pelatihan.

## 5. Inovasi Tampilan Bentuk Potongan atau Irisan

Permasalahan yang kelima adalah mengenai kurang pengetahuan dalam membuat produk untuk tampilan bentuk potongan atau irisan keripik. Padahal ini bisa membuat konsumen lebih tertarik. Selama ini mitra tahunya umbi Gadung dipotong memakai pisau biasa, padahal bisa menggunakan alat iris yang bisa membuat hasil irisan lebih menarik.

Solusinya adalah dengan memberikan alat potong/ irisan tersebut. Selain itu memberikan penyuluhan dengan memperlihatkan contoh-contoh produk yang sudah ada. Kemudian diadakan uji coba dengan cara pelatihan.

## 6. Kemasan yang menarik.

Permasalahan yang keenam adalah mengenai kemasan yang menarik. Yang sering dilakukan oleh mitra adalah kemasan yang sederhana hanya kantong plastic biasa yang polos. Padahal kemasan yang menarik ini bisa memberikan nilai jual yang lebih tinggi, karena konsumen lebih tertarik.

Solusinya adalah dengan melakukan penyuluhan agar mitra mengerti pentingnya kemasan yang menarik, selain memberikan contoh-contoh kemasan yang ada. Selanjutnya diadakan pelatihan.

## 7. Promosi

Permasalahan yang ketujuh adalah Promosi. Mitra tidak tahu harus kemana dan seperti apa bentuk promosinya. Sehingga perlu penyuluhan bagaimana promosi yang baik dan benar. Misalnya dengan memberikan solusi promosi di internet, media sosial, spanduk, media cetak, dll. Pihak pengusulpun terus membimbingnya.

## 8. Sistem Penjualan

Permasalahan yang kedelapan adalah system penjualan. Mitra tahunya sistem penjualannya adalah langsung ke konsumen, atau orang yang membutuhkan berdasarkan dari mulut ke mulut. Mitra menjual dengan tujuan agar produk laku walaupun keuntungan hanya sedikit dan lama untuk lakunya.

Solusinya adalah memberikan penyuluhan bagaimana melakukan system penjualan yang efektif. Misalnya Penjualan *On Line*, ini salah satu solusi ketika mitra belum punya toko

sendiri. Kemudian menjual via Ojek *On Line* (*Grabfood, Gofood*). Bisa juga dengan menitipkan produk di toko oleh-oleh yang ada di Cianjur, dengan cara bagi hasil, sambil dipromosikan di depan tokonya memakai spanduk. Selanjutnya pihak pengusul terus membimbingnya agar tujuan ini tercapai.

### 9. Manajemen Usaha

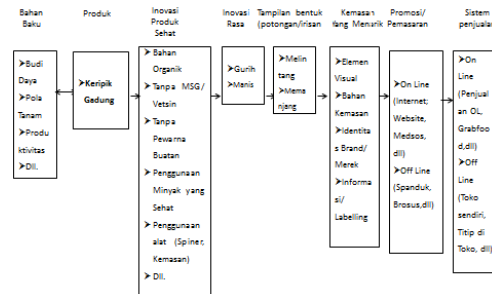
Semua permasalahan di atas tidak akan terselesaikan juga jika manajemen usaha yang tidak bagus. Bagaimana caranya agar usaha ini bisa terus bertahan dan berlanjut. Mitra tentunya harus pahan mengenai manajemen usaha walaupun manajemen sederhana, karena mitra belum paham bagaimana mengelola usaha nanti sehingga bisa berkembang.

Solusi nya adalah dengan cara melukan penyuluhan bagaimana cara melakukan manajemen usaha yang baik. Selain itu mitra juga dalam perkembangannya, harus terus dibimbing dan dibina agar semua unsur yang terkait dengan hal-hal tersebut di atas terlaksana. Pengusul di sini berperan sebagai fasilitator dengan pihak ketiga jika dibutuhkan. Seperti berhubungan dengan pihak ketiga yang terkait dengan promosi dan system penjualan(dinas perpajakan untuk reklame, desainer untuk promosi dan toko *On Line*, toko oleh-oleh, *Grab, Gojek*, dll.). Begitu juga kami sebagai pihak pengusul akan memfasilitasi semua kebutuhan mitra yang berhubungan dengan perijinan, jika mitra dalam usahanya sudah mulai berkembang dan keliatan hasilnya. Seperti Ijin usaha (Disperindagkop), Label halal (MUD), Produk yang sehat dan higienis (BPOM), dll.

Semua ini agar ada peningkatan keberdayaan mitra. Peningkatan pengetahuan, keterampilan, kualitas produk, jumlah produk, kapasitas produksi, jumlah asset, jumlah omset, jumlah tenaga kerja, dan kemampuan manajemen meningkat.

Adapun gambaran IPTEK yang bisa didapat oleh Mitra yaitu transfer Ilmu Pengetahuan kepada mitra (Knowledge Sharing). Transfer pengetahuan ini dijabarkan dalam konsep penyuluhan dan pelatihan. Bagi transfer ilmu pengetahuan dari tim pengusul kepada mitra, maupun dari pihak instansi yang terkait kepada mitra atas dasar difasilitasi oleh pengusul. Mulai dari ketersediaan bahan baku (budi daya tanaman,

pola tanam, produktivitas), inovasi produk, manajemen pemasaran dan Penjualan, Manajemen Keuangan, dll.Hal ini bisa dilihat dalam gambar 1.

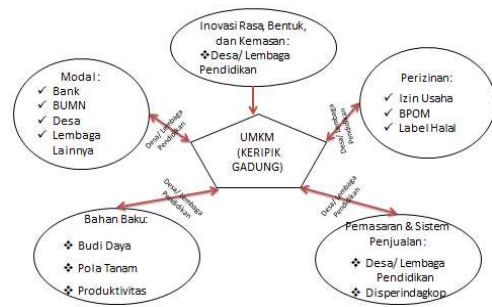


Gambar 1. Konsep pengembangan inovasi keripik Gadung

Teknologi yang akan dilaksanakan diantaranya mengenai:

1. Teknologi Pertanian dalam ketersediaan bahan baku (budi daya tanaman, pola tanam, dan produktivitas).
2. Teknologi Tepat Guna yang dipakai dalam pengolahan Keripik Gadung, seperti teknologi produksi, teknologi kemasan, dll.
3. Teknologi Informasi dalam segi desain kemasan, promosi, pemasaran, dan sistem penjualan.

Ini dilakukan dengan Pendidikan dan Pelatihan, juga proses pembimbingan sebagai fasilitator untuk Mitra terhadap Instansi terkait. Hal ini bisa dilihat dalam gambar 2.



Gambar 2. Konsep pembinaan inovasi keripik Gadung

Beberapa kegiatan yang telah dilakukan dapat dilihat pada gambar 3 – 7. Kejadiannya berupa observasi ke tempat UMKM Keripik Gadung, yaitu melihat proses produksi pembuatan keripik Gadung, dan sekaligus memberikan penyuluhan. Untuk gambar 8-10 adalah memberikan penyuluhan dan diskusi di aula desa Kutawaringin, yang ditujukan

kepada pelakuUMKM keripik Gadung, Perangkat desa, ibu-ibu PKK, tokoh masyarakat, dan sebagian masyarakat desa.



Gambar 3. Irisan Umbi Gadung yang siap dilumuri abu.



Gambar 4. Irisan Umbi Gadung yang telah dibersihkan dari abu dan siap dijemur.



Gambar 5. Irisan Umbi Gadung yang siap digoreng



Gambar 6. Contoh Inovasi Varian Rasa dan Kemasan Produk



Gambar 7. Observasi dan Penyuluhan di UMKM Keripik Gadung



Gambar 8. Penyuluhan UMKM di desa Kutawaringin.



Gambar 9. Kegiatan Penyuluhan UMKM Keripik Gadung di desa Kutawaringin.



Gambar 10. Kegiatan Penyuluhan UMKM Keripik Gadung di desa Kutawaringin

#### 4. KESIMPULAN

1. Adanya bentuk/ konsep pengembangan inovasi keripik Gadung, dalam pemberdayaan masyarakat di desa Kutawaringin yang sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan.



2. Dibuatnya cara pelaksanaan sesuai target yang diinginkan, agar terjadi transfer Ilmu Pengetahuan dan Teknologi kepada Mitra. Pelaksanaannya berupa Pendidikan/ Penyuluhan, Pelatihan/ Uji Coba, Pendampingan sebagai fasilitator sesuai kebutuhan dari Mitra kepada Instansi yang terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan 2008. Manajemen Produksi dan Operasi (Edisi Revisi). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Depok-Jawa Barat.
- Hariana, A. 2004. Tanaman Obat dan Khasiatnya. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Harijono, S, T. A. dan M, Erryana. 2008. Detoksifikasi Umbi Gadung (*Dioscorea hispida* Dennst) dengan Pemanasan Terbatas Dalam Pengolahan Tepung Gadung. Jurnal Teknologi Pertanian, Vol. 9 No. 2, 75-82. Malang.
- Hikmat, Harry. 2006. Strategi Pemberdayaan Masyarakat. Humaniora Utama, Jakarta.
- Khumaidi. 2015. Peran Organisasi Keagamaan Dalam Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Masyarakat (Pokmas) Perempuan Berbasis Modal Sosial. Balai Diklat Depdagri PMD Malang, Jawa Timur.
- Kotler, Philip. 1985. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat, Printice Hall, Edisi Indonesia.
- Kurnia, K. 2002. Cara Aman mengkonsumsi Gadung. <http://www.pikiranrakyat.com/cekt/1202/22/2002/>. Tanggal akses : 22/07/2018.
- Rukmana, R. 2001. Aneka Kripik Umbi. Kanisius, Yogyakarta.
- Suharto, Edi. 2004. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial. Refika Aditama, Bandung.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. Pemberdayaan Masyarakat. P.T. Gramedia Puataka Utama, Jakarta.
- Sutoni, A. 2018. Determination Of Regional Main Products With Fuzzy Logic Approach In Re Regional Sula Island Of North Maluku Pro Province. Proceeding of International Conference on Digital Arts, Media and Technology (ICDAMT), Pha Yao University, Chiang Rai, Thailand.
- Winarno, F.G. 1995. Kimia Pangan dan Gizi. P.T. Gramedia. Jakarta.
- Wrihantolo, Randy R. dan Dwidjowijoto, Rianto Nugroho. 2007. Manajemen Pemberdayaan : Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat. P.T. Elex Media Komputindo. Jakarta.