

PEMANFAATAN SINGKONG SEBAGAI POTENSI PENGEMBANGAN EKONOMI DI DESA PUCUNGBEDUG

^{1*}Anif Turyono, ² Dwyan Sasono ³ Iip Parikesit Arumbinang Rahman

¹ Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
Purwokerto, Indonesia

² Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
Purwokerto, Indonesia

³ Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
Purwokerto, Indonesia

E-mail : anif04tu@gmail.com

Abstrack

Pucungbedug village is a village in Purwanegara sub-district, Banjaregara. The majority of pucungbedug villagers make a living as farmers, where the main commodity produced from the agricultural sector is cassava, but they tend to sell whole cassava to collectors without processing it first, even though when the cassava is processed first it can provide a higher selling value. Therefore, there is a need for training and socialization related to cassava processing and marketing strategies to the pucungbedug village community in order to increase the selling value of the cassava.

Keywords : cassava, strategy, marketing

Abstrak

Desa pucungbedug merupakan desa di kecamatan purwanegara, banjaregara. Yang mayoritas warga desa pucungbedug bermatapeceharian sebagai petani, dimana komoditas utama yang di hasilkan dari sektor pertanian tersebut merupakan singkong, namun mereka cenderung menjual singkong secara utuh kepada pengepul tanpa mengolah terlebih dahulu, padahal ketika singkong tersebut di olah terlebih dahulu dapat memberikan nilai jual yang lebih tinggi, sehingga perlu adanya pelatihan dan sosialisasi terkait pengolahan singkong dan strategi marketing kepada masyarakat desa pucungbedug guna meningkatkan nilai jual singkong tersebut.

Kata kunci : singkong, strategi, pemasaran

PENDAHULUAN

Singkong merupakan komonditas utama yang dihasilkan dari petani di desa pucung bedug, di desa pucungbedug sendiri lahan pertaniannya merupakan lahan pertanian tadah hujan, sehingga mayoritas petani warga desa pucung bedug lebih cenderung menanam pohon singkong dengan itu mayoritas petani di desa pucung bedug hanya mengandalkan

hasil dari singkong tersebut, Menurut (Koswara, 2009), singkong tergolong tanaman yang tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat. Tumbuhan ini berdasarkan klasifikasi ilmiahnya tergolong dalam keluarga besar Euphorbiaceae dengan nama latin *Manihot Esculenta*. Singkong sendiri sangat banyak kandungan gizinya dan banyak pengolahan makanan yang berbahan dasar dari singkong itu sendiri sehingga singkong merupakan suatu komoditas yang sangat tinggi nilai ekonomisnya.

Usaha telastik memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan karena usaha tersebut merupakan usaha yang mudah untuk dikerjakan oleh masyarakat di Desa Pucungbedug. Produk telastik memegang peranan penting bagi masyarakat Desa Pucungbedug karena sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani dimana komoditas yang di hasilkan dari sektor pertanian tersebut merupakan singkong.

Petani dan warga masyarakat di desa pucungbedug sendiri saat ini hanya memanfaatkan hasil singkong sendiri sebagai hasil dari pertanian tidak mengolahnya sebagi bahan olahan sehingga nilai ekonomis dari singkong tersebut hanya tergantung dari harga pasaran singkong, sehingga para petani kadang mengalami kerugian ketika nilai jual singkong tersebut turun. Padahal ketika petani atau warga desa pucungbedu bisa mengolah singkong tersebut sebagai produk dari olahan bisa menambahkan nilai jual dari singkong tersebut.

Sangat di sayangkan ketika hasil alam yang melimpah tidak di dimanfaatkan secara optimal, jadi dari analisis kita terkait masalah-masalah yang terjadi kami memutuskan untuk membuat pelatihan dan sosialisasi mengenai produk olahan dari singkong serta pemasaran melalui digital atau digital marketing.

Dengan adanya pelatihan dan sosialisasi produk olahan dari singkong serta pemasaran melalui digital atau digital marketing, kami berharap bisa mendongkrak nilai ekonomis singkong serta menambah perekonomian petani singkong dan warga desa pucungbedug.

Bahwasanya dari Kementerian Pertanian sendiri juga meminta masyarakat mempunyai inovasi dalam pengolahan lahan singkong yang baik agar mendapatkan hasil produksi tinggi. "Pengolahan Lahan Singkong kita dorong agar hasil budidaya singkong dapat hasil yang memuaskan. Tanggung jawab MSI menyerap kelebihan produksi. Bagaimana tugas kita menumbuhkan demand singkong ini supaya meningkat harga jualnya," kata Arifin Lambaga ketua MSI pada acara webinar yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Tanaman Pangan Kementan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa pucungbedug banjarnegara. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini meliputi observasi dan wawancara. Pengamatan proses produksi dimulai dari bahan baku sampai produk akhir yang dipacking dan siap jual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Pucungbedug dalam upaya pemanfaatan singkong sebagi potensi ekonomi di desa pucungbedug dan strategi pemasaran menggunakan media digital seperti WA, Fecbook, Instragram, Shopee. dari hasil

pemanaen dari para petani yang berupa singkong, kita memanfaatkan singkong tersebut di buat menjadi produk olahah yang baru dan kekinian yang bisa bernilai ekonomis tinggi dan setelah itu membuat label yang menarik sehingga bisa bersaing dengan produk olahan lainnya, setelah itu kita sosialisasi mengenai digital marketing. Sehinngga dengan pelatihan dan sosialisasi seperti itu dapat menghasilkan dan menambah nilai ekonomis pada singkong dan juga dengan adanya sosialisasi digital marketing para ibu ibu dan juga masyarakat desa pucungbedug lebih baik lagi dalam pemanfaatan media sosialnya sehingga selain bermain di media sosial mereka juga bisa menghasilkan uang darinya.

Untuk membuat sebuah produk dari olahan singkong yang kami demokan kepada masyarakat di desa pucungbedug yaitu berupa produk makanan yang kekinian yaitu “telastik”, kita memanen terlebih dahulu di ladang dan kita memanen 1 pohon singkong kira kira 1 pohon mendapatkan 5kg singkong, setelah itu kita timbang sesuai kebutuhan yang kita bikin, setelah kita timbang kita kupas terlebih dahulu singkong tersebut dari kulit luarnya lalu kita cuci sampai bersih, setelah bersih kita kukus singkong tersebut sampai matang.



Gambar 1. Lahan perkebunan singkong desa Pucungbedug



Gambar 2. Pemanenan singkong untuk dijadikan olahan



Gambar 3 . Proses pemasakan tela stik

Setelah singkong matang kita diamkan terlebih dahulu kira kira 10-15 guna ketika nanti di hancurkan dan di haluskan menjadi mudah dan mendapatkan tekstur yang ideyal. Setelah halus kita campurkan dengan takaran 500g singkong yang sudah matang dan halus, 100g tepung terigu, 5 sdm tepung maizena, $\frac{1}{2}$ sdt merica, 1sdm seledri yang sudah di potong-potong dengan halus di aduk aduk sampai merata setelah merata di tambahan lagi menggunakan bumbu halus yang sudah di siapkan berupa 1 sdt ketumbar, 3 bawang merah, 2 bawang putih, 200 ml air, 3-4 sendok makan miyak goreng lalu di aduk kembali

adonan tersebut sampai benar-benar sudah merata semua kurang lebih kira-kira 5-10 menit, setelah itu didiamkan terlebih dahulu kira-kira 30-60 menit di dalam sebuah wadah atau tempat dan ditutup rapat supaya mendapatkan hasil yang maksimal dan berkualitas.

Setelah adonan didiamkan lalu ambil adonan dan dibentuk panjang-panjang seperti setik, setelah dibentuk semuanya lalu digoreng dengan menggunakan minyak goreng yang sudah panas sampai matang, lalu tiriskan terlebih dahulu sampai minyaknya tidak ada sehingga bisa awet rasanya dan juga tidak cepat basi.

Lalu setelah semuanya selesai dimasukkan ke dalam kemasan yang menarik sehingga produk yang kita bikin lebih kekinian dan juga lebih menarik untuk dijual belikan di pasaran secara offline maupun online dan juga kita buat logo dari produk tersebut untuk lebih menarik lagi.



Gambar 4. Proses pembuatan tela stik dengan warga pucungbedug

Proses pembuatan adonan telastik dengan warga masyarakat desa pucungbedug yang dihadiri oleh para kaum ibu yang ada di desa pucungbedug bertempat di salah satu kepala dusun yang ada di desa pucungbedug.

Pelatihan pembukuan sederhana pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan karena rendahnya pengetahuan pelaku industri mengenai pemasaran produk dalam menjalankan usaha.

Jika pelaku usaha industri telastik tetap tidak mengaplikasikan manajemen pembukuan sederhana dengan baik maka akan mengganggu keberlangsungan industri telastik. Kegiatan pelatihan pembukuan sederhana diadakan dengan tujuan agar pelaku UMKM di desa Pucungbedug dapat belajar dan mengaplikasikan cara pembukuan akun marketplace dengan mudah untuk menunjang kegiatan usaha pada bisnis telastik.

Variasi produk juga menjadi salah satu nilai tambah dan pengembangan produk telastik Desa Pucungbedug. Pendampingan UMKM juga akan memberikan masukan untuk menambah varian rasa yang banyak diminati konsumen seperti perbedaan level kepedasan, penambahan cita rasa baru terkini dan lain sebagainya. Diharapkan

dengan adanya pengembangan variasi produk akan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk telastik Desa Pucungbedug. Pada proses ini merupakan tahapan pemasakan adonan telastik yang kita demokan bersama dengan warga masyarakat desa pucungbedug yang lebih tepatnya dengan para ibu ibu desa pucungbedug yang sangat antusias sekali dengan adanya pelatihan tersebut.



Gambar 5. Label tela stik

Ini merupakan label yang kita buat untuk menamai produk yang kita bikin dan juga guna lebih menarik lagi untuk di jual belikan ke pasaran yang ada.

Menurut Kotler (2003), pengemasan merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk. Kotler (2003) juga menyebutkan terdapat 6 elemen yang harus dipenuhi ketika membuat desain produk yaitu, ukuran, bentuk, material bahan, warna, text dan, merk.

Susetyarsi (2012) mengatakan bahwa kemasan suatu produk dibuat lebih dari satu lapis karena memiliki fungsi yang berbeda- beda. Adapun kemasan terdiri dari:

1. Kemasan dasar (Primer Package) yaitu lapisan terluar pada bungkus langsung dari suatu produk.
2. Kemasan tambahan (Secondary Package) yaitu bahan yang digunakan untuk melindungi kemasan dasar yang biasanya dibuat lebih menarik dengan desain yang beragam.
3. Kemasan pengiriman (Shipping Package) yaitu kemasan yang diperlukan untuk melindungi produk pada saat dilakukan penyimpanan dan pengiriman.

Dari macam kemasan tersebut fungsi yang diharapkan adalah:

1. Untuk melindungi produk terhadap kerusakan-kerusakan yang mungkin terjadi saat proses produksi sampai produk tersebut dikonsumsi.
2. Untuk memudahkan pengerjaan dan penyimpanan produk oleh produsen, perantara maupun konsumen.
3. Untuk menarik minat beli konsumen dan

meningkatkan hasil penjualan. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengemasan memiliki peranan yang sangat penting dalam proses pemasaran produk.

Kondisi minat konsumen yang semakin berubah di era sekarang ini mengharuskan para produsen mengembangkan kreatifitasnya dalam mengemas produk sehingga produk dapat lebih diterima pasaran.



Gambar 6. Hasil produk



Gambar 7. Hasil pengolahan singkong

Gambar di atas merupakan hasil produk yang di buat dengan memanfaatkan singkong yang di nilai adalah salah satu komoditi yang kurang ekonomis saat ini kita ubah dan membuat inovasi baru dalam pengolahan dan juga pengemasan sehingga nilai ekonomis dari singkong lebih baik dan juga hasil olahannya lebih di minati lagi di pasaran. Kualitas kemasan pada produk sangat penting karena makanan merupakan produk yang mudah

rusak. Fungsi dasar kemasan adalah mendisplay produk, melindungi produk secara langsung agar tidak mudah rusak, fungsi ergonomis (agar mudah dibawa dan disimpan) dan fungsi komunikasi marketing. Proses pengemasan dan bentuk kemasan yang baik dapat menghambat proses kerusakan makanan, dan tentunya juga didukung oleh teknik penyimpanan dan pemasaran yang tepat.

Jenis kemasan mempengaruhi kualitas makanan karena kemasan secara langsung menentukan jumlah oksigen dan cahaya yang dapat berinteraksi dengan produk. (Ambarsari, et.al, 2012). Selain melindungi produk, kemasan juga berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran. Kemasan dapat menjadi cerminan kualitas produk, kualitas perusahaan, dan bisa untuk membentuk segmentasi pasar, brand dan harga. Produk yang terlihat dari luar lebih disenangi konsumen karena mereka tidak akan tertipu dengan kemasan yang bagus, namun produknya tidak baik. Kemasan dibuat menjadi dua macam sesuai dengan segmentasi pasarnya.

Pendampingan berupa sosialisasi

Pemasaran produk telah banyak berubah di era globalisasi saat ini. Penjualan tatap muka antara konsumen dan produsen serta jarak telah dapat digantikan dengan metode penjualan secara online. Saat ini konsumen dapat bebas memilih produk tanpa harus melihatnya secara langsung dimanapun berada. Persaingan harga dan kualitas pun sangat kompetitif terjadi pada pemasaran online. Hal ini dibenarkan dengan pernyataan dari Jati (2016) dimana online marketing adalah segala usaha yang di lakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa tanpa mempertemukan pembeli dan penjual secara langsung melalui atau menggunakan media internet. Online marketing tidak terlepas dari promosi dan penjualan yang menggunakan platform market place seperti Shopee dan Tokopedia.

Pendampingan online marketing yang akan dilakukan untuk pemasaran telastik di Desa Pucungbedug meliputi pendampingan pembuatan media promosi dengan platform Instagram serta penjualan dengan menggunakan platform marketplace seperti Shopee. Pendampingan ini dimulai dengan membuat akun dalam media sosial, design feed dan story, serta teknis penjualan online dalam marketplace. Hal yang juga cukup penting untuk dilakukan dalam strategi online marketing adalah penetapan target pasar produk. Pemasaran telastik akan lebih mudah dipasarkan dalam kelompok-kelompok konsumen dengan persamaan tertentu. (dindy, 2022)

Sering kali literasi masyarakat desa kurang menjadikan problem utama dalam menghasilkan produk yang menarik dan juga kemasan yang bagus, hal ini harus dirubah sedikit demi sedikit dengan adanya pendampingan dari orang yang memang sudah ahli dalam bidang pemasaran produk dan pembuatan produk.

Pendampingan terhadap masyarakat yang mau dan punya keinginan dalam hal pemasaran dan pembuatan produk tidak dalam waktu yang sebentar seperti pelatihan dalam satu hari akan tetapi perlu pendampingan sekurang kurangnya dalam 20 hari agar produk dan juga pemasaran sudah berjalan dengan stabil baru bisa dilepas untuk kemandirian dalam berwirausaha.

Sebagai seorang wirausahawan pemula perlu adanya kegigihan, kesabaran dan keuletan dalam menjalankan usaha dari nol, karena jika tiga point itu tidak dilaksanakan

dengan salahsatunya pasti usaha yang dirintis akan berhenti ditengah jalan,seperti banyak kasus yang sudah terjadi dilingkungan masyarakat sekitar kita yang mana hanya bisa berjalan beberapa kali produksi.

Sebelum produksi dilakukan wirausaha harus bisa menentukan target marketing dari produk yang dibuat dan dapat menentukan pasar mana yang akan dituju sebagai daerah yang akan menjadi tempat penjualan produk karena hal itu sangat penting untuk diperhatikan sebagai mana agar mengetahui peluang dan tantangan yang akan dihadapi kedepannya setelah produksi produk.

Penentuan harga produk juga mempengaruhi tingkat penjualan produk yang dikemas dalam jumlah yang sudah diproduksi,tanpa adanya perhitungan yang matang terkait harga dan keuntungan yang diperoleh maka akan berpengaruh besar terhadap profit yang di terima penjual,dan bisa menjadikan bangkrutnya wirausaha karena barang produksi tidak bisa terjual dengan maksimal dan tidak bisanya perputaran modal dalam produksi berikutnya.

Akan tetapi hal itu bukan berarti menjadikan putus asa dan enggan memperbaiki kesalahan yang sudah dilakukan akan tetapi harus adanya evaluasi yang dilakukan setiap produksi walaupun dengan jumlah yang sedikit.

Dan jangan berhenti dalam menungkan nilai kreatif dan inovasi baru dalam pembuatan produk lakukanlah sirkulasi perubahan produk dengan jangka beberapa tahun atau bulan agar konsumen tidak bosan dan beralih ke produk lain untuk dibeli,akan tetapi lakukan perubahan kemasan yang sudah lama karna hal tersebut dapat menggugah gairah konsumen untuk membeli kembali karena penasaran dengan kemasan baru dan juga bervariasinya produk yang di jual atau diproduksi oleh kita.

Jalinlah relasi sejauh mungkin untuk bisa dijadikan patner dalam produksi dan juga pemasaran produk,ikuti pameran,expo untuk memperkenalkan produk yang dimiliki dengan harapan semakin banyak yang mengenal dan mengetahui kemasan dan juga rasa dari produk yang kita miliki yang mana hal itu akan terus menyebar dari mulut ke mulut,dari satu orang ke beberapa orang lainnya.

Ketika sudah banyak peminat dan juga penjualan produk melampaui target penjualan maka manfaatkan media sosial dengan melakukan pembuatan iklan agar lebih besar lagi jangkauan pembeli produk kita,buka juga cabang dibeberapa daerah ketika usaha sudah meningkat dan terus mendapat keuntungan.

Sisihkan 10% keuntungan dalam produksi untuk pengadaan alat produksi yang lebih canggih agar mempercepat dan memproduksi dengan jumlah besar,sisihkan juga hasil penjualan untuk bisa membuka cabang baru agar permintaan konsumen dalam jumlah banyak dapat tercukupi dan stok produk selalu ada di beberapa toko atau kios.

Rekrut beberapa karyawan untuk membantu produksi dengan bidang masing-masing seperti bidang di produksi,dipengemasan ,dipenjualan dan juga di media agar semua bisa berjalan secara bersama.

Kontroling harus sering dilakukan agar tidak terjadi kesalahan dalam produksi yang mengakibatkan hilangnya nama dan kepercayaan konsumen karena kelalaian dari karyawan dan juga diri kita.

Bukalah kerjasama dengan berbagai pihak yang dapat menjadi keuntungan bagi kita seperti pemodal dalam barang ataupun produksi, kerjasama dengan toko besar atau semacamnya. buka mitra atau reseller dalam proses pemasaran dan penjualan produk.

Sektor industri dan pertanian secara nasional diarahkan untuk bisa menjadi penyeimbang dan terciptanya struktur ekonomi yang kokoh meliputi aspek perubahan ekonomi. fokus yang diperhatikan dalam pembangunan sektor ekonomi juga harus memperhatikan industri kecil atau industri rumah tangga yang memiliki potensi besar dalam tingkat pemasaran yang mencapai Negara lain. agrobisnis dan juga agroindustri merupakan pendekatan yang ditempuh untuk pengembangan sektor pertanian dan sektor industri kecil. yang didanai secara utuh dari awal proses produksi, pengemasan, pemasaran hingga pendistribusian atau penjualan. Dalam hal ini bukan hanya mengembangkan pertanian dan industri rumah tangga akan tetapi juga membuka lapangan pekerjaan yang dapat mengurangi nilai pengangguran di Negara Indonesia.

Sektor industri di Indonesia relatif sangat rendah karena kurangnya perhatian dari pemerintah. peranan penting dan strategi yang perlu ditawarkan oleh pemerintah untuk bisa mendukung UMKM yang sedang merintis atau industri yang baru berjalan, dengan adanya kemudahan perizinan dan juga sokongan dana untuk pengembangan. sering kali hal tersebut tidak sampai ke tangan warga desa karena sudah terpotong di daerah kabupaten atau kota dan kemandirian warga desa untuk mengembangkan bisnis mereka tidak mendapat dukungan.

Maka perlunya sebagai orang yang berwawasan dan berpendidikan harus bisa mensalurkan literasi dan pemahaman kepada masyarakat desa untuk bisa berkembang dan memaksimalkan apa saja yang ada di lingkungan untuk bisa meningkatkan pendapatan dan juga pembukaan lapangan kerja untuk warga desa yang belum berkerja atau pengangguran agar hal tersebut dapat merubah struktur ekonomi, dan harapan besar banyak warga yang berani memulai kemandirian dalam berwirausaha, karena dapat mendorong desa untuk menjadi desa maju dan berkembang dengan nilai kemiskinan yang rendah.

KESIMPULAN

Pendampingan pelatihan produk elastik dan strategi pemasaran di desa pucungbedug, kecamatan purwanegara, kabupaten banjarnegara dalam Meningkatkan UMKM masyarakat di Desa Pucungbedug, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara telah berjalan dengan lancar. Hasil evaluasi pelatihan sebesar 84% atau mengalami peningkatan pengetahuan sebesar 32%. Pengembangan dan peningkatan produksi elastik di Desa Pucungbedug dilakukan melalui pendampingan, pelatihan serta penyuluhan yang dirancang untuk membantu produk elastik dalam memajukan UMKM. Pendampingan pembuatan akun dan kemasan branding serta pelatihan strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Putri Dindy dkk. (2022). Pendampingan Strategi Pemasaran Produk Olahan Singkong “Gropak” Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 7(2), 291-299