

**PELATIHAN DIVERSIFIKASI PRODUK, PENINGKATAN KAPASITAS,
DAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA MIKRO EMPING MELINJO
DI DESA BERNUNG KECAMATAN GEDONGTATAAN
KABUPATEN PESAWARAN**

Muhammad Irfan Affandi¹⁾, Sussi Astuti²⁾, dan Adia Nugraha³⁾

^{1,3}*Jurusan Agribisnis, ²Jurusan Teknologi Hasil Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas Lampung Bandar Lampung
Jl. Prof. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung
email : irfanaffandi58@gmail.com*

ABSTRAK

Salah satu kelompok usaha mikro agroindustri emping melinjo yang tersebar di Provinsi Lampung terdapat di Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Permasalahan yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha mikro tersebut adalah (1) jumlah peralatan yang tersedia kurang menunjang peningkatan kapasitas produksi sehingga skala produksi masih terbatas, (2) belum dilakukan pengembangan produk olahan berbasis emping (3) pengelolaan manajemen usaha masih sederhana, dan (4) penetrasi pasar produk sangat terbatas. Metode pengabdian yang digunakan adalah ceramah, diskusi dan demonstrasi. Hasil kegiatan pengabdian melalui penyuluhan dan pelatihan menunjukkan bahwa rata-rata pengetahuan awal mitra terhadap berbagai aspek yang disuluhkan sebesar 25.5%, rata-rata pengetahuan akhir mitra terhadap berbagai aspek yang disuluhkan dan dilatihkan sebesar 97% sehingga peningkatan hasil evaluasi akhir sebesar 72.5% (tergolong kategori sedang). Bantuan peralatan administrasi dan operasional, serta bantuan peralatan produksi mampu meningkatkan kapasitas produksi emping melinjo usaha mikro.

Kata kunci : emping melinjo, usaha mikro, produk olahan, kapasitas

PENDAHULUAN

Pulau Sumatera merupakan salah satu penghasil tanaman melinjo. Melinjo Sumatera ini lebih dikenal dengan melinjo Lampung karena pintu keluar melinjo Sumatera berada di Provinsi Lampung. Sebagai sentra produksi melinjo, total produksi melinjo Provinsi Lampung pada tahun 2018 sebesar 104.398 kuintal. Di propinsi Lampung, tiga kabupaten penghasil melinjo terbanyak pada tahun 2018 adalah Lampung Selatan sebanyak 21.368 kuintal, Kabupaten Pesawaran sebanyak 17.192 kuintal dan Kabupaten Lampung Timur sebanyak 11.075 kuintal (BPS, 2016).

Agroindustri emping melinjo di Provinsi Lampung mempunyai potensi untuk dikembangkan mengingat pasokan bahan baku melinjo yang cukup banyak dan didukung dengan keberadaan agroindustri emping melinjo. Pesawaran merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang memiliki cukup banyak UMKM. Di Kabupaten Pesawaran, salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang adalah usaha mikro emping melinjo. Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja sehingga berperan dalam peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro merupakan salah satu pilar

utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan pada kelompok usaha ekonomi rakyat.

Salah satu klaster agroindustri emping melinjo yang tersebar di Provinsi Lampung berada di Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Di klaster agroindustri emping melinjo ini terdapat 7 pengusaha agroindustri emping melinjo skala rumah tangga (mikro) yang seluruhnya merupakan penduduk asli desa tersebut. Berdasarkan sebaran penduduk menurut mata pencaharian, industri rumah tangga menempati posisi ke empat yang mendominasi mata pencaharian di Desa Bernung.

Agroindustri emping melinjo di Desa Bernung berperan dalam menghidupkan perekonomian rakyat karena bersifat padat karya. Hal ini karena tenaga kerja pada industri emping melinjo di Desa Bernung Kabupaten Pesawaran umumnya berasal dari masyarakat yang tinggal di sekitar agroindustri emping melinjo tersebut. Oleh karena itu, eksistensi pengusaha emping melinjo terhadap lingkungan sangat mendukung pemberdayaan khususnya kaum wanita yang umumnya tamat SD untuk dilibatkan dalam pengembangan usaha emping melinjo ini, serta merupakan salah satu upaya untuk mengurangi pengangguran. Usaha emping melinjo tersebut umumnya digunakan sebagai mata pencaharian utama dan sampingan untuk memenuhi kebutuhan dan pendapatan rumah tangga mereka. Posisi Desa Bernung sangat strategis karena memiliki prasarana yang memadai dan sarana angkutan yang cukup baik. Transportasi yang cukup baik ini mempermudah pengrajin untuk menjangkau pasar di kecamatan dan kabupaten lain, bahkan hingga ibukota Provinsi Lampung.

Usaha mikro emping tersebut dijadikan sebagai mata pencaharian utama untuk memenuhi kebutuhan dan pendapatan rumah tangga mereka. Dalam kegiatan produksinya, produk yang dihasilkan oleh pengrajin emping melinjo di Desa Bernung Kabupaten Pesawaran yaitu emping biji 2-3, emping remaja dan emping bengkol. Emping biji 2-3, yaitu emping yang terbuat dari 2 – 3 biji melinjo. Emping jenis ini merupakan jenis emping yang paling banyak diproduksi. Ketersediaan bahan baku melinjo untuk pengolahan emping melinjo selama ini tidak mengalami kendala, karena pengusaha emping melinjo di desa Bernung telah membentuk kelompok usaha bersama (KUB) yang menjembatani keperluan anggota berkaitan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi emping melinjo. Produksi emping melinjo masih dilakukan secara sederhana dengan menggunakan peralatan tradisional, namun didukung oleh tenaga kerja yang cukup dan berpengalaman, serta diperlukan cuaca yang mendukung pada saat dilakukan penjemuran.

Sejauh ini, pengrajin emping melinjo di Desa Bernung menjual hasil produksi emping melinjo dalam bentuk mentah maupun emping melinjo matang yang sudah digoreng dalam kemasan curah. Masih dibutuhkan edukasi agar pengusaha memperluas pengembangan produk olahan dalam bentuk emping berbumbu. Pengembangan SDM dapat dilakukan melalui peningkatan pengetahuan tentang manajemen keuangan dan penerapannya pada bidang usaha yang digeluti. Dengan diperolehnya pengetahuan tentang manajemen keuangan dalam pengelolaan keuangan pada proses produksi emping melinjo, perkembangan usaha emping melinjo mereka dapat dikontrol dan berkembang baik serta dapat diperoleh keuntungan yang layak.

Di samping keberlanjutan produksi, peningkatan pendapatan pengusaha juga terkait dengan jaringan pemasaran. Dalam hal pemasaran, kendala yang

dihadapi pengusaha emping melinjo di Desa Bernung adalah pasar emping melinjo yang belum efisien karena produsen masih mengandalkan pada pedagang pengumpul untuk menjual produk yang dihasilkan. Usaha mikro emping melinjo di Desa Bernung belum menggunakan konsep bauran pemasaran atau *marketing mix* dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan utama yang menjadi kendala usaha mikro emping melinjo di desa Bernung adalah : (1) jumlah peralatan yang tersedia kurang menunjang peningkatan kapasitas produksi sehingga skala produksi masih terbatas, (2) belum dilakukan pengembangan produk olahan berbasis emping (3) pengelolaan manajemen usaha masih sederhana, dan (4) penetrasi pasar produk sangat terbatas.

METODE KEGIATAN

1. Waktu dan Tempat

Kegiatan penyuluhan dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 18 September 2018, sedangkan kegiatan pelatihan pembuatan produk olahan dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 25 September 2018. Sebelum pelaksanaan penyuluhan maupun pelatihan, dilakukan kegiatan sosialisasi dan diserahkan bantuan alat untuk peningkatan kapasitas dan proses produksi olahan emping. Kegiatan pengabdian pada Kelompok Usaha Mikro Emping Melinjo di Desa Bernung Kecamatan Gedongtataan Kabupaten Pesawaran dilakukan di rumah Ibu Buniati dan Ibu Marsiyem.

2. Metode Pelaksanaan

1. Ceramah dan Diskusi

Metode ini diterapkan untuk menyampaikan informasi kepada pengusaha usaha mikro emping melinjo tentang pembukuan usaha dan bauran pemasaran dalam memperluas akses pasar produk emping melinjo. Ceramah dilakukan dengan tanya jawab dan diskusi sehingga diketahui tingkat pemahaman sasaran terhadap materi yang diberikan.

2. Demonstrasi proses pembuatan aneka olahan emping
3. Mempraktekkan pembukuan UMKM Kelompok Usaha Mikro Emping Melinjo di Desa Bernung
4. Evaluasi. Dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program dengan cara penilaian melalui wawancara dan pemantauan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan kegiatan pengabdian pada Kelompok Usaha Mikro Emping Melinjo Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, terlebih dahulu dilakukan survei dan pengenalan khalayak sasaran, kemudian dilakukan penyuluhan/pembinaan. Khalayak sasaran pengabdian terdiri dari 6 pelaku usaha mikro/ produsen emping melinjo. Kegiatan penyuluhan diawali dengan memberikan pre test dan pos test, untuk mengetahui pengetahuan peserta pelatihan tentang diversifikasi produk olahan emping melinjo, manajemen usaha dan bauran pemasaran produk emping. Untuk mempermudah pemahaman, materi yang disampaikan diberikan dengan menggunakan multimedia LCD. Materi pelatihan sebagai modul diperbanyak dalam satu berkas seminar kit yang dilengkapi dengan block note dan alat tulis. Bantuan peralatan operasional yang implementasikan disajikan pada Gambar 1, bantuan peralatan administrasi pada

Gambar 2, serah terima peralatan pada Gambar 3, sedangkan kegiatan penyuluhan dan pelatihan pada Kelompok Usaha Mikro Emping Melinjo Desa Bernung dapat dilihat pada Gambar 4 s/d Gambar 9.



Gambar 1. Bantuan peralatan operasional yang diimplementasikan Tim Pelaksana Pengabdian



Gambar 2. Bantuan peralatan administrasi yang diimplementasikan Tim Pelaksana Pengabdian



Gambar 3. Serah terima peralatan kepada Marsiyem



Gambar 4. Kegiatan penyuluhan pada pelaku usaha mikro emping melinjo

Pada kegiatan diversifikasi produk olahan telah dilakukan demonstrasi proses pembuatan emping melinjo ceplis rasa original dan rasa balado pada peserta pengabdian, sekaligus dilakukan penyuluhan cara produksi pangan yang baik, aman dan higienis. Di samping itu, agar produk yang dihasilkan dikenal konsumen dan lebih menarik, diberikan edukasi tentang pemilihan jenis kemasan dan labeling produk (Gambar 5 dan 6). Pengetahuan tentang jenis pengemasan yang tepat dan desain produk yang menarik perlu diberikan kepada pengrajin emping melinjo agar penjualan emping melinjo dapat lebih ditingkatkan. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan introduksi jenis kemasan yang tepat dan inovasi bentuk kemasan untuk mengemas emping melinjo matang maupun pelabelan sehingga akan dapat menunjukkan citra produsen dan juga berperan sebagai alat pemasaran. Untuk promosi setelah produk tersebut dikenal oleh konsumen, maka pengemasan produk memegang peranan yang penting. Banyak konsumen memilih

satu jenis produk setelah melihat kemasannya. Hal ini dapat terjadi jika kemasan tersebut memberikan informasi yang cukup bagi calon pembeli, serta mempunyai desain yang menarik pembeli.



Gambar 5. Desain kemasan emping hasil implementasi (rasa original dan rasa balado)



Gambar 6. Proses pengemasan produk olahan emping melinjo



Gambar 7. Produk olahan matang emping melinjo



Gambar 8. Produk emping melinjo mentah

Rekapitulasi hasil pre-test memperlihatkan bahwa persentase awal pengetahuan peserta terhadap materi yang diberikan yaitu : (1) Pengetahuan tentang pemilihan desain yang menarik dalam mengemas produk emping melinjo sebesar 25%, (2) Pengetahuan tentang pemilihan jenis pengemas yang tepat untuk mengemas produk emping melinjo sebesar 20%, (3) Pengetahuan tentang pengelolaan manajemen bisnis dalam usaha emping melinjo melinjo sebesar 25 %, sedangkan (4) Pengetahuan tentang pembukuan usaha emping melinjo melinjo sebesar 20%. Nilai rata-rata pengetahuan awal kedua mitra sebesar 22.5%. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan mitra terhadap materi yang diberikan masih rendah karena < 40%.

Hasil rekapitulasi nilai evaluasi akhir / post-test menunjukkan peningkatan yaitu, (1) Pengetahuan tentang pemilihan desain yang menarik dalam mengemas produk emping melinjo sebesar 95%, (2) Pengetahuan tentang pemilihan jenis pengemas yang tepat untuk mengemas produk emping melinjo sebesar 100%, (3) Pengetahuan tentang pengelolaan manajemen bisnis dalam usaha emping melinjo

melinjo sebesar 95%, sedangkan (4) Pengetahuan tentang pembukuan usaha emping melinjo melinjo sebesar 90%. Rata-rata pengetahuan mitra pada hasil post-test terhadap semua materi yang diberikan oleh nara sumber sebesar 95%. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan mitra setelah diberikan pelatihan dan penyuluhan meningkat sebesar 72.5%. Peningkatan hasil evaluasi akhir ini tergolong pada kategori sedang (berada pada kisaran persentase >40% sd <80%).

Penyuluhan dan pelatihan manajemen bisnis pada kedua mitra ditujukan agar pengusaha kelompok usaha mikro emping melinjo agar dapat mengontrol perkembangan usaha emping melinjo dan dapat berkembang dengan lebih baik, serta dapat diperoleh keuntungan yang layak. Sebuah usaha tidak akan dapat “berbicara” apabila tidak memiliki catatan pembukuan. Pembukuan meliputi proses pencatatan setiap transaksi keuangan. Hasil dari pencatatan ini adalah laporan keuangan, yang merupakan instrumen utama manajemen keuangan. Poin awal yang harus dipahami peserta pengabdian adalah setiap transaksi yang melibatkan penggunaan uang harus dicatat. Fungsi catatan ini adalah untuk menilai kinerja usaha di kemudian hari, urusan pajak, untuk pengajuan pinjaman ke bank atau lembaga keuangan lainnya, serta berguna saat usaha emping melinjo mereka berkembang di kemudian hari.

Pada penyuluhan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran, pengusaha emping mendapat penjelasan bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi dari empat variabel inti sistem pemasaran perusahaan, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Produk yang dimaksud adalah keragaman produk emping yang berkualitas sesuai dengan standar SNI. Harga yang diharapkan yaitu harga produk emping melinjo yang wajar dan adanya tambahan marjin karena proses pengolahan. Promosi yang dianjurkan adalah promosi produk dengan kemasan yang menarik dan tahan lama. Distribusi adalah perluasan akses pasar emping melinjo baik produk emping melinjo mentah maupun produk olahan. Pengusaha emping melinjo juga diberikan penyuluhan bahwa kemasan dan label produk yang menarik merupakan salah satu bagian penting dalam pemasaran sehingga produk emping melinjo yang dihasilkan lebih dikenal konsumen. *Brand* atau merk adalah nama, simbol, desain grafis atau kombinasi di antaranya untuk mengidentifikasi produk tertentu dan membedakannya dari produk pesaing. Nama *brand* yang dicetak dalam kemasan dapat menunjukkan citra produsen dan kualitas produk tertentu sehingga fungsi kemasan tidak hanya sebagai wadah untuk produk, tetapi sudah bergeser menjadi alat pemasaran, yaitu bagian promosi dari bauran pemasaran.

Diharapkan materi penyuluhan yang telah diberikan pada pengusaha emping melinjo di Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran menghasilkan perubahan sikap yang lebih baik, diikuti dengan tindakan untuk menerapkan pemilihan desain dan pengemas yang tepat agar kemasan menarik dan produk emping melinjo tidak mengalami penurunan mutu, serta mampu menerapkan manajemen bisnis yang tepat dalam proses produksi emping melinjo sehingga perkembangan usaha emping melinjo mereka dapat dikontrol, berkembang lebih baik, dan memberikan keuntungan yang lebih tinggi dengan meningkatnya pendapatan yang diperoleh.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan secara keseluruhan, baik dalam bentuk ceramah/diskusi maupun demonstrasi pada UKM emping melinjo Desa Bernung

Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, pengetahuan peserta terhadap materi pelatihan mengalami peningkatan dari nilai rerata 22,5% sebelum pelatihan (evaluasi awal) menjadi 97% setelah pelatihan (evaluasi akhir). Peningkatan pengetahuan peserta sebesar 75,5% (tergolong pada kategori sedang). Bantuan peralatan administrasi dan operasional, serta bantuan peralatan produksi mampu meningkatkan kapasitas produksi emping melinjo di UKM mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terimakasih atas bantuan dana PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SENIOR UNIVERSITAS LAMPUNG TAHUN PENDANAAN 2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T dan F. Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2016. *Lampung Dalam Angka 2016*. Badan Pusat Statistik. Bandar Lampung.
- Haryoto. 1998. *Membuat Emping Melinjo*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Kurniawati, E.P., P.I. Nugroho, dan C. Arifin. 2012. Penerapan Akuntansi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *JMK* 10(2):1-10.
- Kristiyanti, M. 2012. Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmiah Informatika* 3(1):63-89.
- Prasetyo, A.H. 2010. *Sukses Mengelola Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. Elex Media Komputindo, Kompas Gramedia, Jakarta.
- Rachmawati, R. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik* 2(2):143-150.
- Rahayu, I. 2012 . Analisis Keragaan Agroindustri Emping Melinjo di Kecamatan Cikedal Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. (Skripsi). Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Sari, I.R.M. 2018. Kinerja Produksi dan Nilai Tambah Agroindustri Emping Melinjo di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis* 3(1):18-25.
- Sriyana, J. 2010. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) : Studi Kasus di Kabupaten Bantul. *Simposium Nasional 2010 : Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif*. Hal 79-103.
- Swastha, B. 1979. Saluran Pemasaran : Konsep dan Strategi Analisa Kuantitatif. BPFE, Yogyakarta.
- Warsono, S., E.M. Sagoro, M.A. Ridha, dan A. Darmawan. 2010. *Akuntansi UMKM Ternyata Mudah Dipahami dan Dipraktekkan*. Asgard Chapter. Penerbit Buku Akuntansi.