

INOVASI USAHA KERIPIK TALAS SITUJUJ MELALUI PACKAGING DAN PEMANFAATAN BAWANG PUTIH SEBAGAI ANTIOKSIDAN

**Tri Rahayuningsih¹⁾, Rani Armalita¹⁾, Annisa Fauzana²⁾, Maulidya¹⁾,
dan Elisa Fepri Nengsih¹⁾**

¹⁾ Fakultas Kedokteran Universitas Andalas

²⁾ Fakultas Farmasi Universitas Andalas

Email: trirahayuningsih@med.unand.ac.id

ABSTRAK

Belum terpenuhinya jumlah permintaan konsumen terhadap keripik talas Mitra karena keterbatasan produksi yang masih bersifat tradisional menggunakan peralatan manual serta karena masih rendahnya pengetahuan tentang perencanaan usaha dan minimnya strategi pengembangan usaha melalui penerapan marketing mix (4P) menggunakan teknologi informasi dan komputer sebagai tanggap terhadap pandemi Covid-19. Oleh karena itu Mitra membutuhkan inovasi proses berupa bantuan peralatan modern untuk pengemasan produk. Perubahan paradigma untuk dapat beradaptasi dalam mempertahankan usahanya dengan pemanfaatan bawang putih sebagai bahan antioksidan pengawet alami keripik talas, serta pengetahuan penerapan pemasaran menggunakan teknologi internet untuk dapat memenuhi permintaan konsumen dan menjangkau pasar yang lebih luas. Disamping itu juga memperhatikan aspek legalitas usaha, seperti memiliki izin usaha, sehingga menjamin kualitas produk dan menjaga kepercayaan pelanggan. Kegiatan ini bertujuan membantu mitra untuk mengembangkan usahanya di bidang makanan ringan yakni keripik talas yang terus bertumbuh di Desa Tungkar Kecamatan Situjuh Limo Nagari melalui pemberian bantuan peralatan dan strategi bauran pemasaran 4P agar usaha mikro ini dapat bertahan dan meningkatkan hasilnya. Manfaat secara teoritis bagi Mitra dari kegiatan ini akan memperoleh pengetahuan tentang penguatan usaha melalui inovasi (paradigma dan proses). Secara praktis, Mitra akan memperoleh bantuan pengembangan usaha melalui peralatan yang lebih modern untuk pengemasan keripik talas yang awet dan tahan lama serta agar mitra dapat menerapkan strategi pemasaran dari aspek 4P menggunakan teknologi internet untuk lebih menjangkau konsumen secara luas.

Kata Kunci: *inovasi manajemen usaha, resiliensi ekonomi, keripik talas situjuh antioksidan, marketing mix*

Business Innovation of Taro Chips through Packaging and Utilizing Garlic as Antioxidant at Situjuh, Limapuluh Kota

ABSTRACT

The number of consumer demands for Mitra's taro chips has not been fulfilled due to limited production, which is still traditional using manual equipment and because of the lack of knowledge about business planning and the lack of business development strategies through the application of the marketing mix (4P) using information technology and computers in response to the Covid-19 pandemic. Therefore, Partners need process innovation in the form of modern equipment for product packaging. Paradigm changes to be able to adapt in maintaining their business by using garlic as an antioxidant as a natural preservative for taro chips, as well as knowledge of marketing applications using internet technology to meet consumer demand and reach a broader market. Besides that, it also pays attention to aspects of business legality, such as having a business license to ensure product quality and maintain customer trust. This activity aims to help partners develop their business in the snack food sector, namely taro chips that continue to grow in Tungkar Village, Situjuh District, Limo Nagari through equipment assistance and 4P marketing mix strategies these micro-businesses can survive and increase their results. Partners' theoretical benefits from this activity will be to gain knowledge about business strengthening

through innovation (paradigms and processes). Practically, Partners will get business development assistance through more modern equipment for packaging taro chips that are durable and long-lasting. Partners can implement marketing strategies from the 4P aspect using internet technology to reach consumers more broadly.

Keywords: *business management innovation, economic resilience, antioxidant taro chips, marketing mix*

PENDAHULUAN

Selain keripik pisang dan keripik singkong, Sumatera Barat juga memiliki olahan keripik yang tak kalah enakannya, yakni keripik talas. Sentra keripik talas sudah banyak berkembang, ada yang di Kabupaten Padang Panjang yang bisa mencapai omzet ratusan juta setiap bulannya. Namun, di Kabupaten Payakumbuh, tepatnya di Kecamatan Situjuh, pelaku usaha keripik tidak begitu mendapat keuntungan signifikan, terlebih lagi setelah pandemi covid-19. Dari data yang dihimpun, banyak pelaku usaha UKM di Provinsi Sumatera Barat yang terdampak corona. Seperti di daerah Pasaman Barat, sebanyak 360 pelaku usaha mengalami penurunan omzet hingga 75%.

Sama halnya dengan provinsi lain, seperti daerah Mamuju, Sulawesi Barat, beberapa pelaku usaha keripik terpaksa menutup usahanya sejak pemerintah memperlakukan aturan jaga jarak. Mitra kegiatan yang akan diusulkan dalam Program Kemitraan Masyarakat ini bergerak di bidang ekonomi produktif, yaitu usaha industri rumah tangga (IRT) di bidang keripik yang dikelola ibu Aswidar, di Kecamatan Situjuh Limo Nagari, Desa Tungkar, Kabupaten Limapuluh Kota, Provinsi Sumatera Barat. usaha keripik talas mitra sudah berdiri sejak tahun 2006, dimulai dari niat membantu suami untuk dapat menyekolahkan anak, maka mitra perlu diberi motivasi berwirausaha untuk meningkatkan usaha keripik talasnya agar semakin berkembang.

Saat ini usaha keripik tersebut memiliki tiga jenis produk, yaitu keripik talas yang paling populer rasa pedas (balado), diantara jenis keripik lainnya yakni keripik nasi dan keripik dari tepung ubi. Usaha mitra belum memiliki nama (branding) spesifik. Promosi hanya dari mulut ke mulut, melalui testimoni masyarakat sekitar yang membeli keripik talas mitra untuk keperluan acara hajatan seperti pernikahan ataupun untuk dikirim ke saudara yang merantau, juga dijadikan oleh-oleh. Usaha mitra dijalankan dari rumahnya sendiri dengan dibantu tiga orang karyawan di sekitar rumah, dan dijual dari rumahnya.

Mitra belum berani meletakkan produk keripik talas nya di etalase toko untuk dipasarkan, jika tidak dibayar tunai oleh penjual (reseller). Dalam satu bulan mitra bisa menjual 500 kilogram (kg) keripik talas dengan harga empat puluh ribu rupiah per kilogram nya. Bahan baku talas diperoleh mitra langsung dari petani yang mengantarkan ke rumah mitra sekitar 200 kg talas berusia satu tahun dengan harga tiga ribu rupiah per kilogram talas. Biasanya bisa dua sampai tiga kali pengantaran talas tergantung ketersediaan talas yang telah dipanen petani. Berikut gambar/ foto situasi mitra usaha:



Gambar 1. Tim Kegiatan dengan Mitra

Situasi mitra masih minim sarana pendukung produksi dan pengemasan keripik talas nya. Peralatan yang digunakan masih sederhana dan tradisional, padahal keripik talas mitra banyak peminat. Terbukti saat tim berkunjung, dalam satu jam ada tiga pembeli yang memesan keripik talas. Namun, keripik talas mitra sudah habis, karena keterbatasan tenaga dan alat tadi, mitra hanya sanggup memproduksi tidak lebih dari 15 kg keripik talas setiap harinya. Ini juga yang menjadi salah satu penyebab mitra tidak berani terlalu mempromosikan keripik talasnya, karena takut tidak bisa memenuhi permintaan pasar. Terutama saat musim orang menikah, dalam satu hajatan mitra bisa mendapat pesanan 20 kg keripik talas. Juga saat hari libur dimana orang perantau pulang kampung biasanya memesan oleh-oleh keripik talas. Maka, produksi keripik talas akan meningkat dari hari biasanya. Kemasan keripik talas yang ditawarkan mitra mulai dari seperempat kilogram, setengah kilogram, dan satu kilogram.

Proses produksi keripik talas masih menggunakan alat manual seperti ketam kayu untuk mengiris talas menjadi potongan keripik, dan alat masak tradisional menggunakan tungku kayu bakar untuk menggoreng keripik. Begitu juga dengan pengemasannya masih sangat sederhana hanya dibungkus plastik dan diikat dengan karet, sehingga keripik talas hanya bisa tahan satu bulan. Tim berkunjung ke tempat usaha mitra pada hari Selasa, 12 November 2020 sekitar jam 16.00 – 17.30 dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, pada saat melakukan wawancara dengan menjaga jarak dan menggunakan masker.

Dari segi produksi, seperti yang telah tim paparkan di atas, bahwa mitra memiliki keterbatasan jumlah produksi karena tenaga yang mengerjakan pembuatan keripik talas terbatas dari segi peralatan yang masih manual dan tradisional. Talas yang

telah dibersihkan diiris menggunakan ketam kayu biasa yang memakan waktu cukup lama dan menghasilkan jumlah irisan talas yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan ketam yang tidak manual dengan menggunakan mesin pengiris keripik. Kemudian irisan talas dicuci tiga kali dalam keranjang plastik yang dapat menyaring air, di tempat cucian yang limbah airnya langsung mengalir ke tempat pembuangan saluran air yang khusus dibuat mitra. Sedangkan limbah kulit talas dijadikan pupuk di kebun milik mitra. Irisan talas yang telah dicuci bersih kemudian digoreng menggunakan kualiti besar yang menghabiskan satu dirigen minyak goreng, di atas tungku menggunakan bahan bakar kayu api. Setelah selesai digoreng, minyak ditiriskan, kemudian diberikan bumbu balado menggunakan cabe merah dan bawang merah, tanpa pengawet dan perasa buatan. Keripik talas dimasukkan dalam bungkus plastik besar dan diikat dengan karet secara rapat, sebelum dibagi pada kemasan kecil sesuai pesanan pembeli.

Usaha mitra dari segi *positioning* sudah cukup baik, karena sudah memiliki pelanggan dan pembeli biasanya akan merekomendasikan keripik talas mitra pada keluarga atau orang terdekatnya. Selain mitra, ada dua usaha keripik talas yang juga berada di Kecamatan Situjuh. Namun, yang tim pengusul himpun dari beberapa pembeli yang tim pengusul tanyai, mereka lebih cenderung memilih keripik talas mitra karena rasanya yang lebih alami, bukan menggunakan bubuk cabe atau pewarna. Bahkan, saat tim pengusul di sana, mitra telah menawarkan untuk mendatangi usaha keripik talas yang lain, namun pembeli tetap memesan (pre-order) keripik talas mitra untuk dijemput keesokan hari. Pengetahuan mitra tentang manajemen usaha masih minim. Mitra tidak berani menaruh modal dalam rentang waktu, hanya ingin kepastian bahwa dagangan keripik talasnya ada yang membeli. Makanya, mitra lebih senang dengan sistem pesan beberapa hari sebelumnya. Padahal, berani mengambil resiko adalah salah satu karakter wirausahawan sukses (Garaika dan Yansahrita, 2020).

Untuk menggoreng keripik, dibutuhkan minyak dalam jumlah yang banyak dan digunakan berulang. Pemakaian minyak goreng secara berulang dengan suhu yang tinggi akan meningkatkan bilangan peroksida dan asam lemak bebas pada minyak. Hal ini mengurangi mutu minyak goreng dan hasil penggorengannya. Untuk mengatasi hal ini diperlukan senyawa antioksidan. Salah satu antioksidan alami yang dapat digunakan untuk mencegah terjadinya oksidasi pada minyak goreng adalah kunyit. Pada kegiatan PKM tim pengusul sebelumnya, pemanfaatan kunyit sebagai antioksidan alami dapat mempertahankan mutu minyak goreng karena mampu memperlambat kerusakan pada minyak akibat proses oksidasi. Kunyit dapat menurunkan bilangan peroksida dan asam lemak bebas pada minyak goreng [Senjoyo, 2018].

Selain kunyit, bawang putih mengandung komponen yang bersifat antibiotik, antioksidan, antiparasit, sehingga antioksidan dapat digunakan untuk penurunan bilangan peroksida. Pada saat bawang putih dimemarkan atau dihaluskan, zat alisin yang sebenarnya tidak berbau akan terurai. Dengan senyawa fenol merupakan salah satu konstituen yang mampu menghambat atau menghentikan reaksi oksidasi berantai. Aliksin merupakan senyawa aktif dari alisin yang terbentuk oleh enzim allinase ketika bawang putih di potong. Selenium dalam bawang putih berperan aktif sebagai antioksidan dan merupakan bagian dari enzim glutathione peroksidase [Lestari dan Rahayuningsih, 2019]. Kemasan aktif merupakan salah satu teknik yang dapat dikembangkan untuk memperpanjang umur simpan sekaligus mempertahankan mutu produk agar tetap segar. Penelitian sebelumnya [Mardiyah, 2018] membuat kemasan aktif antimikrob (AM) dengan menambahkan bahan aktif antimikrob ke dalam film

matriks (tidak di dalam produk) dan kemudian menggunakan film ini untuk menyalut produk pangan sehingga pengemasan dan pengawetan dilakukan dalam 1 tahap. Karagenan dipilih sebagai bahan film dengan ekstrak bawang putih sebagai agen AM. Film AM kemudian digunakan untuk mengemas produk dengan cara menyalut produk tersebut dengan film AM. Secara umum komposisi mutu produk setelah penyimpanan masih memenuhi SNI 0-3819-1995.

Untuk meningkatkan rasa, aroma, dan masa simpan keripik, produsen umumnya menambahkan bahan tambahan pangan. Bahan tambahan pangan menurut Peraturan Pemerintah tahun 2004 Tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan adalah bahan yang ditambahkan ke dalam makanan untuk mempengaruhi sifat atau bentuk pangan atau produk makanan. Fungsi bahan tambahan pangan diantaranya sebagai antioksidan, antikempal, pengasam, enzim, pemanis, penambah gizi, pengawet, pewarna, penyedap rasa dan aroma, serta fungsi lainnya. Bahan tambahan pangan terdiri dari bahan alami dan sintetis. Salah satu bahan tambahan pangan alami yang sering digunakan adalah bawang putih [Warsiki, et al., 2013]. Penambahan bawang putih pada proses pengolahan keripik dapat berfungsi sebagai antioksidan, pengawet, pemberi aroma, dan pengamanan kemasan pangan.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membuat keripik yang berkualitas dan diminati oleh konsumen, diantaranya: 1. Pemilihan bahan baku yang berkualitas baik. Selama ini mitra sudah memiliki langganan petani yang mengantarkan talas dan kayu sebagai bahan bakar ke lokasi produksi setiap dua minggu, 2. Pemilihan bahan-bahan tambahan alami seperti bawang putih yang berfungsi sebagai antioksidan, pewarna, pengawet dan pemberi aroma alami, karena trend sekarang konsumen peduli dengan kesehatan dan cenderung untuk memilih produk-produk yang alami (back to nature). Bawang putih dapat mempertahankan kualitas minyak goreng dengan memperlambat proses oksidasi pada minyak. Juga dipercaya dapat mengurangi kadar kolesterol dalam minyak.

Selanjutnya 3. Penggunaan margarin pada proses penggorengan dapat memberikan rasa gurih dan asin, sehingga tidak perlu penambahan garam, 4. Pengurangan minyak sisa penggorengan dapat meningkatkan umur simpan keripik dan mencegah ketengikan, 5. Pengemasan yang baik meningkatkan umur simpan keripik melalui mesin vakum dan bungkus berbahan aluminium foil, dan 6. Desain kemasan yang menarik dan variasi rasa (gurih bawang putih, rumput laut, dan lain-lain) dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Saat ini hanya ada satu varian rasa pedas (balado) saja.

METODOLOGI

Setelah melakukan survei awal (observasi dan wawancara) pada minggu ke dua bulan November di lokasi usaha Mitra di desa Tungkar, kecamatan Situjuh, Kota Payakumbuh, maka perlu dilakukan perencanaan program. Dari hasil survei ada data dan informasi yang dapat diolah sebagai pembuatan perencanaan program. Berikut ini adalah perencanaan program yang akan dilakukan dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Mempersiapkan modul tentang cara pemakaian alat pengiris talas menjadi potongan keripik, penggunaan alat peniris minyak penggorengan, serta cara mengemas bungkus keripik talas menggunakan vacuum sealer. Modul ini akan

menjelaskan cara pemakaian secara jelas dan lengkap sehingga memudahkan pihak yang menggunakan terutama karyawan keripik talas Mitra.

2. Mempersiapkan alat dan bahan untuk pembuatan keripik talas antioksidan hingga pengemasan.
3. Mempersiapkan materi pelatihan tentang pemanfaatan bawang putih sebagai antioksidan untuk pengolahan produk keripik talas kepada mitra.
4. Mempersiapkan materi pelatihan tentang pemasaran dan penjualan secara daring menggunakan media sosial, yang berisikan teknik foto produk, dan pemberian label kemasan.
5. Mempersiapkan materi pelatihan tentang kewirausahaan untuk manajemen tata kelola Mitra dan penggunaan aplikasi keuangan untuk mengatur cashflow usaha.
6. Merencanakan jenis luaran yang akan dihasilkan dan disepakati dengan Mitra.
7. Membuat video cara penggunaan alat dan pengolahan keripik talas antioksidan.
8. Membuatkan label kemasan, serta media sosial untuk pemasaran dan penjualan keripik talas
9. Membentuk kegiatan forum diskusi dengan Mitra sebagai pimpinan usaha.
10. Membuat alat ukur evaluasi yang digunakan untuk karyawan dan Mitra. berikut jenis alat ukur yang dibuat :
 - a. Alat ukur evaluasi untuk karyawan dan mitra dalam pengolahan produk.
Alat ukur ini merupakan skala untuk mengetahui tingkat pemahaman karyawan dan mitra bagaimana cara memakai alat pengiris keripik, peniris minyak, dan alat pengemas bungkus, serta menggoreng keripik menggunakan bubuk bawang putih sebagai antioksidan.
 - b. Alat ukur evaluasi untuk konsumen
Alat ukur ini adalah skala keputusan pembeli untuk mengetahui perbandingan olahan keripik talas sebelum dan sesudah diberikan bantuan alat dan pelatihan pengolahan keripik talas antioksidan.
 - c. Alat ukur evaluasi untuk karyawan dan mitra terhadap teknologi
Alat ukur berupa skala untuk karyawan dan mitra dalam penerimaan teknologi terutama pemanfaatan internet untuk pemasaran dan penjualan secara daring, serta penggunaan aplikasi laporan cashflow keuangan
 - d. Alat ukur evaluasi untuk karyawan dan mitra dalam manajemen wirausaha.
Alat ukur ini merupakan skala untuk mengetahui tingkat pemahaman karyawan dan mitra bagaimana tata kelola, inovasi penguatan usaha melalui legalitas, dan motivasi sukses wira usahawan.

Pelaksanaan Program

Setelah disusun rencana program yang telah disampaikan pada penjelasan di atas, maka tindakan berikutnya adalah tahap pelaksanaan program yang akan dilakukan di lokasi usaha Mitra di Situjuh, Kabupaten Limapuluh Kota. Berikut ini adalah bentuk pelaksanaan program yang dilakukan dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Melakukan Workshop dengan tema “Pemanfaatan Bawang Putih sebagai Antioksidan kepada Mitra Usaha Menghasilkan Keripik Talas Berkualitas Menggunakan Peralatan Modern” serta Forum Grup Diskusi (FGD) dengan mitra. Agenda dan materi yang dilakukan dalam workshop ini adalah :

- a. Penyampaian materi tentang pemanfaatan bawang putih sebagai antioksidan
- b. Mendemonstrasikan peralatan produksi dan pengemasan keripik talas, dengan penjelasan sebagai berikut :
 1. Bagaimana alat bekerja
 2. Apa kelebihan yang didapatkan dari peralatan modern ini
 3. Bagaimana cara penggunaan alat.
 4. Bagaimana cara memelihara alat tersebut.

Kegiatan ini adalah rangkaian kegiatan yang utama dari tahap kegiatan yang lain, dimana pada saat workshop ini mitra perlu memperhatikan dan memahami pelatihan ini karena media yang digunakan adalah penggunaan mesin dan pengolahan keripik menggunakan zat antioksidan (bawang putih) agar menghasilkan keripik talas yang berkualitas, enak bergizi, dan tahan lama.

2. Melakukan Workshop dengan tema “Marketing Mix menggunakan Teknologi Informasi dan Komputer” serta FGD dengan mitra. Agenda dan materi yang dilakukan dalam workshop ini adalah :
 - a. Penyampaian materi strategi pemasaran 4P berbasis teknologi internet
 1. Product: pentingnya inovasi produk berkualitas dan bervariasi melalui inovasi proses menggunakan peralatan moderen
 2. Promotion: penempatan produk keripik talas tidak hanya di lokasi usaha, tetapi juga di etalase toko agar menjangkau konsumen, distribusi keripik talas melalui iklan di media sosial, testimoni dari pelanggan di-viralkan
 3. Packaging: kemasan menarik, aman dikirim, ada label brand, menggunakan teknik foto produk
 4. Price: harga bervariasi dan ada diskon jika pembelian dalam jumlah yang banyak, ada harga reseller.
 - b. Penyampaian materi tentang pengelolaan keuangan cashflow menggunakan aplikasi komputer.
3. Melakukan Workshop dengan tema “manajemen wirausaha sukses: tata kelola dan aspek legalitas usaha” serta melakukan FGD dengan mitra untuk:
 1. Evaluasi tahapan kegiatan dan realisasi perencanaan
 2. Pembahasan pengembangan usaha hingga tahun 2023 dan kesepakatan bersama Mitra

Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Kegiatan

1. Sejak pembuatan proposal, mitra telah berpartisipasi menunjukkan antusias mengikuti kegiatan PKM ini dengan memberikan ide, dan terlibat aktif menganalisa masalah, juga berdiskusi dengan pengusul untuk menyusun rencana kegiatan pada saat survei awal.
2. Pada pelaksanaan kegiatan, mitra akan terlibat mengikuti semua tahapan solusi untuk mengatasi permasalahan mitra sehingga tujuan PKM dapat terealisasi sesuai jadwal
3. Mitra juga akan mendukung penuh kegiatan PKM ini dengan berperan serta untuk meningkatkan usahanya dan berkomitmen hingga tahun 2023

4. Mitra menjaga kerja sama dan bersedia hadir pada saat tim pengusul menyajikan seminar hasil.
5. Efektivitas kegiatan ini akan terlihat pada pengukuran post-test sebagai bentuk evaluasi pelaksanaan setiap tahapan PKM

Metode Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan dan Keberlanjutan Program

Setiap tahapan kegiatan, akan disediakan kuisioner evaluasi keberhasilan program, dengan indikator Skala Likert sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------------|
| 5 | = Sangat Sesuai |
| 4 | = Sesuai |
| 3 | = Cukup Sesuai |
| 2 | = Tidak Sesuai |
| 1 | = Sangat Tidak Sesuai |

Evaluasi ini merupakan tahapan terakhir dari seluruh rangkaian kegiatan dalam Program Kemitraan Masyarakat di Usaha Keripik Talas Situjuh. Evaluasi yang dilakukan pada tahap akhir ini adalah dengan cara membuat alat ukur yang digunakan untuk mitra dan karyawan. Alat ukur yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Alat ukur evaluasi untuk karyawan dan mitra dalam pengolahan produk.
Alat ukur ini menggunakan skala sikap dengan aspek kognitif, afektif, dan perilaku yang dikembangkan Azwar untuk mengetahui tingkat pemahaman karyawan dan mitra bagaimana cara memakai alat pengiris keripik, peniris minyak, dan alat pengemas bungkus, serta menggoreng keripik menggunakan bubuk bawang putih sebagai antioksidan.
2. Alat ukur evaluasi untuk konsumen
Alat ukur ini adalah skala keputusan pembeli dari Kotler dengan aspek pencarian informasi, evaluasi alternatif, preferensi pembeli, evaluasi kepuasan, dan pembelian selanjutnya untuk mengetahui perbandingan minat beli terhadap olahan keripik talas sebelum dan sesudah diberikan bantuan alat dan pelatihan pengolahan keripik talas antioksidan.
3. Alat ukur evaluasi untuk karyawan dan mitra terhadap teknologi
Alat ukur berupa skala untuk karyawan dan mitra dalam penerimaan teknologi terutama pemanfaatan internet (TIK) untuk pemasaran dan penjualan secara daring, serta penggunaan aplikasi laporan cashflow keuangan.
4. Alat ukur evaluasi untuk karyawan dan mitra dalam manajemen wirausaha.
Alat ukur ini merupakan skala untuk mengetahui tingkat pemahaman karyawan dan mitra bagaimana tata kelola, inovasi penguatan usaha melalui legalitas, dan motivasi sukses wirausaha melalui lembar ceklis observasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya penguatan resiliensi ekonomi untuk tumbuh kembang usaha keripik talas Mitra, melalui pemberian pengetahuan pemasaran menggunakan marketing mix 4P berbasis teknologi informasi komputer ini. Mitra merasa lebih termotivasi untuk memproduksi keripik talas yang berkualitas karena ketahanan dan keamanan produk nya terjaga dengan penggunaan kemasan plastik yang memiliki klip penutup dan diberi sealer.

Konsumen juga lebih tertarik dan memuji produk Mitra karena packaging nya sudah sama dengan produk keripik di etalase swalayan yang sudah memiliki merek. Tim pelaksana memberi bantuan alat sealer dan plastik beserta label merek, kemudian mengajarkan pada Mitra menggunakan alat tersebut dan mencetak label merek. Pengetahuan dasar ini sudah banyak mengubah tampilan produk keripik talas yang sebelumnya hanya dibungkus plastik biasa dan diberi karet.

Tim pelaksana juga membantu pengurusan izin usaha hingga telah memiliki nomor izin berwirausaha, dan mempromosikan produk mitra melalui media sosial, sehingga usaha keripik talas dengan merek “Situjuh Cassava Chips” bisa lebih banyak dikenal masyarakat.



Gambar 2. Penyerahan Alat kepada Mitra



Gambar 3. Foto bersama dengan Mitra



Gambar 4. Foto Bersama Pembeli Keripik Talas



Gambar 5. Foto Kemasan Keripik Talas

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa tujuan PKM ini untuk membantu mitra mengembangkan usaha nya di bidang makanan ringan yakni keripik talas yang terus bertumbuh di Desa Tungkar, Kecamatan Situjuh Limo Nagari pada tahun pertama sudah tercapai sesuai yang ditargetkan. Melalui pemberian bantuan peralatan sealer, plastik kemasan, dan label merek serta strategi pemasaran melalui media sosial sudah terlaksana. Dari segi produksi akan meningkatkan pendapatan Mitra karena konsumen semakin tertarik dengan kemasan yang menjamin ketahanan produk lebih lama, juga karena telah memiliki nomor izin usaha.

Manfaat secara teoritis bagi Mitra dari kegiatan PKM ini akan memperoleh pengetahuan tentang penguatan usaha melalui inovasi (paradigma dan proses). Secara praktis, Mitra akan memperoleh bantuan pengembangan usaha melalui peralatan yang lebih modern untuk meningkatkan kapasitas produksi keripik talas, dan bisa menerapkan strategi pemasaran dari aspek 4P menggunakan teknologi internet untuk lebih menjangkau konsumen secara luas.

Pelaksanaan kegiatan ini ada beberapa hal yang perlu ditindaklanjuti yang bisa di uraikan dalam bentuk saran sebagai berikut: 1. Diperlukannya program edukasi lebih lanjut dan dilihat efektivitas melalui pengujian pre-post test misalnya dalam bentuk penelitian dosen tentang pemanfaatan bawang putih pada keripik talas antioksidan, 2. Mitra usaha keripik perlu memperoleh pengetahuan tentang penguatan usaha melalui inovasi paradigma dan proses.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih penulis ucapkan pada LPPM Universitas Andalas yang telah memberikan dukungan pendanaan PKM Skim Membangun Usaha Berkembang untuk tim pelaksana, sehingga berjalan lancar dan terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Garaika dan Yansahrita. 2020. Penerapan strategi bauran pemasaran terhadap produk keripik singkong pedas Desa Keli Rejo Oku Timur,” J. BUDIMAS, vol. 2, no. 1, pp. 43–49.
- Istiqomah D, R. N., S. Nurdin, dan Sumadji. 2018. Packing process dalam pelatihan kemandirian ukm kerupuk bawang sebagai upaya peningkatan pemasaran produk,” J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian. Kepada Masyarakat), vol. 6, no. 2, pp. 57–62
- Lestari R. dan T. Rahayuningsih. 2019. Program kemitraan masyarakat usaha keripik pisang mengandung antioksidan di Kecamatan Bukit Raya,” J. Pengabdian. Masyarakat. Multidisiplin, vol. 2, no. 2, pp. 69–75.
- Mardiyah, S. 2018. Efek Anti Oksidan Bawang Putih Terhadap Penurunan Bilangan Peroksida Minyak Jelantah. J. Muhammadiyah Med. Lab. Technol., vol. 1, no. 2, pp. 98–110.
- Prihandani, S. S., M. Poeloengan, dan S. M. Noor. 2015. Uji daya antibakteri bawang putih (*Allium sativum* L.) terhadap bakteri *Staphylococcus aureus*, *Escherichia coli*, *Salmonella typhimurium* dan *pseudomonas aeruginosa* dalam meningkatkan keamanan pangan Antibacterial Activity Test Of Garlic (*Allium Sativum*,” Inform. Pertan., vol. 24, no. 1, pp. 53–58
- Senjoyo, I. 2018. Pengaruh karakteristik wirausahawan terhadap kesuksesan umkm di Kota Surabaya, Agora, vol. 6, no. 2, p. 287093.
- Warsiki, E., T. C. Sunarti, dan L. Nurmala. 2013. Kemasan antimikrob untuk memperpanjang umur simpan bakso ikan (antimicrobial packaging to prolong the shelf life of fish balls),” J. Ilmu Pertan. Indonesia, vol. 18, no. 2, pp. 125–131