



PENINGKATAN OMSET HASIL TANI: STRATEGI PEMASARAN DAN PENGOLAHAN PISANG MENJADI KERIPIK DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI OHOI MAAR KABUPATEN MALUKU TENGGARA

Bayu dan Faradilah Zaitun Wusurwut

Universitas Doktor Husni Ingratubun Tual

Jl. Panglima Mandala Fiditan, kota Tual Maluku, Indonesia

*E-mail korespondensi: Jokka019@gmail.com

Info Artikel:

Dikirim:

15 November 2022

Revisi:

25 November 2022

Diterima:

30 November 2022

Kata Kunci:

Pengabdian,
Penyuluhan, Kripik
Pisang, Pendapatan
Masyarakat, Strategi
Pemasaran

Abstract

The entrepreneurship programs implemented include Branding and Marketing from a product that is one of the village's potentials that can be developed, namely Banana Chips. This activity was accompanied by socialization of the marketing strategy given to home-based business actors intended to raise the entrepreneurial potential of the Ohoi Maar community who utilize raw materials. The implementation of this activity aims to determine the effectiveness of socialization activities on aspects of public knowledge related to production, packaging and marketing issues. A qualitative approach with interview techniques was used in compiling the results of this service. After the analysis activities with the research methods used, several problems were found in product development, including home-based businesses still using conventional methods and lacking innovation in terms of production, packaging, and marketing. The results of this activity indicate an increase in public knowledge regarding processing, packaging and marketing of products and results in an increase in economic value of 50% for various flavors of banana chip products produced by the community.

Abstrak

Entrepreneurship program in the form of training on Banana Chips Making and marketing of banana chips products which are the potential superior products of Ohoi Maar. This activity was accompanied by the socialization of marketing strategies given to home-based business actors intended to raise the entrepreneurial potential of the Ohoi Maar community. The implementation of this activity aims to determine the effectiveness of socialization activities on aspects of community knowledge related to production, packaging and marketing issues. A qualitative approach with interview techniques is used in compiling the results of this service. Before the community service activities were carried out, there were several problems in product development, including home businesses still using conventional methods and lacking innovation in terms of production, packaging, and marketing. The results of this activity indicate an increase in public knowledge related to processing, packaging and marketing products as well as providing an increase in the economic value of 50% in various flavors of banana chips produced by the community.

PENDAHULUAN

Ohoi Maar adalah sebuah desa di kabupaten maluku, tenggara provinsi maluku yang terletak sekitar 45 km dari ibukota Maluku Tenggara. Ohoi maar merupakan bagian dari Kecamatan Kei Kecil Timur selatan. Berdasarkan data monografi yang didapatkan bahwa pada

diketahui didominasi penduduknya yang mata pencariannya sebagai petani. Berdasarkan data monografi menunjukkan bahwa kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih belum berkembang di Ohoi maar. Masyarakat kurang atau belum kreatif dalam pengelolaan bidang ekonomi, padahal di ohoi maar terdapat banyak kelompok ibu-ibu yang tidak bekerja dan memiliki banyak waktu luang.

Tabel 1.1 Monografi Ohoi maar 2021

Ibu ibu	Jumlah
Bekerja	20 Orang
Rumah Tangga	40 Orang
Total	60 orang

Dari table 1.1 dapat dilihat jumlah ibu bekerja dan ibu rumah tangga yang tercatat sebanyak 60 orang, yang terdiri dari 20 ibu bekerja dan 40 ibu rumah tangga. kelompok yang memungkinkan untuk diberdayakan dalam kegiatan UMKM. Apabila ini diberdayakan dengan baik, maka diharapkan mampu menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai ekonomis sehingga akan mampu meningkatkan ekonomi keluarganya. Untuk masyarakat terutama kelas menengah dan bawah, tugas seorang ibu selain menjadi ibu dan istri, tetapi juga bertugas membantu ekonomi keluarga. merupakan salah satu potensi untuk bisa mengembangkan UMKM di kelurahan ini [1-8].

Melalui kegiatan wirausaha diharapkan akan bisa membantu masyarakat setempat untuk meningkatkan pendapatan keluarga Menurut Soegoto (2009) bahwa kewirausahaan atau entrepreneurship adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Berdasarkan latar belakang di atas, maka tim pengabdian kali ini berupaya untuk mendorong ibu-ibu rumah tangga yang memiliki banyak waktu yang tidak produktif di Ohoi Maar menjadi kreatif untuk membuat produk yang bernilai ekonomis. Sehingga diharapkan suatu saat nanti masyarakat bisa menjadi wirausahawan yang berhasil. Hal ini merupakan upaya untuk mewujudkan keberdayaan masyarakat dalam pembangunan dan mewujudkan peningkatan taraf hidup masyarakat. Menurunnya tingkat pengangguran berdampak terhadap naiknya pendapatan perkapita dan daya beli masyarakat, serta tumbuhnya perekonomian secara nasional. Selain itu, berdampak pula terhadap menurunnya tingkat kriminalitas yang biasanya ditimbulkan oleh karena tingginya pengangguran [9].

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini adalah Pelatihan Dalam hal ini memberikan pelatihan keterampilan membuat makanan olahan yang bernilai ekonomis yaitu olahan pisang, tahap-tahap pengabdian kepada masyarakat melakukan pra survei atau identifikasi permasalahan dan kebutuha mitra, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan proposal yang menawarkan solusi untuk permasalahan dan kebutuh mitra, dan melakukan persiapan bahan latihan.

Tahapan ini dilaksanakan di balai sabua ohoi maar, kecamatan kei kecil timur selatan, maluku tenggara, evaluasi dilakukan tanya jawab kuesioner untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta pengabdian pelatihan yang diberikan.



Gambar 1. Penyuluhan dan Pemberian Materi Kewirausahaan



Gambar 2 : Proses Pembuatan Kripik Pisang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengabdian kepada masyarakat yang telah kami lakukan mengenai pelatihan pembuatan berbagai olahan pisang pada ibu-ibu rumah tangga Ohoi maar melalui kegiatan kelompok usaha bersama sebelum memberikan pelatihan tentunya tahap awal observasi, wawancara dengan warga maupun pemerintah setempat agar lebih memahami lokasi maupun hasil bahan baku desa tersebut setelah itu kami memberikan teori pengolahan Kripik pisang, dalam hal ini capaian jumlah peserta sekitar 30 orang dengan terbagi 3 kelompok.

Berdasarkan observasi terlihat keseriusan dan kerjasama antara peserta berjalan dengan baik dari awal sampai akhir kegiatan. Dari segi keterampilan pada mulanya mereka mengalami kesulitan dan hasil yang diperoleh sebahagian tidak merata, tetapi pada akhirnya mereka bisa melakukannya dengan baik. Adapun wawancara dengan perwakilan peserta tentang tanggapan mereka mengenai alat yang dipakai, teknik pembuatan, cita rasa keripik, serta desain kemasan.



Gambar 3: Kripik Pisang siap dipasarkan



Gambar 4: Hasil Produk penjualan

KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan mengolah berbagai olahan pisang lebih mengetahui dan memahami arti pentingnya dan manfaat berwirausaha. lebih terampil memahami proses pembuatan olahan pisang mampu membuat olahan pisang dengan berbagai macam varian rasa, mengharapkan kedatangan tim pengabdian untuk melatih ketrampilan lainnya untuk menambah wawasan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Universitas Doktor Husni Ingratubun Tual yang telah memberikan kami kesempatan untuk melaksanakan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya di Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anonim, *Standar prosedur Pengolahan Pisang*. Direktorat Hasil Pertanian Pengolahan dan Pemasaran, Jakarta, 2009
- [2] B. Swasta, *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Liberty, 2002.

- [3] I. Diarta, P. Lestari, & I. Dewi, "Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. Jurnal Manajemen Agribisnis," *Journal Of Agribusiness Management*, vol. 4, no. 2, pp. 170–187, 2016.
- [4] J. Halim, H. Nurhaliza, L. Belinda, J. Sivali, H. Roja, J. Stephenson & T.F. Akbar, "Optimalisasi Pasar Keripik Pisang Melalui Re-Branding untuk Mengembangkan Bisnis Keripik Pisang NEVY," *Pen. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 1, no. 1, 2019.
- [5] H.L. Nuraeni, "Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kecil Keripik Bhineka Di Desa Belendung Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang," *Economic Education Analysis Journal*, vol. 6, no. 2, pp. 647–655, 2017.
- [6] Panitia KKN, *.Buku Panduan KKN Kewirausahaan*, Universitas Suryakencana, 2019.
- [7] S.D. Setiawati, M. Retnasari & D. Fitriawati, "Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah," *Jurnal Abdimas BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 125–136, 2019.
- [8] Monografi, Ohoi Maar 2021
- [9] Eddy Soeryanto Soegoto *.Entrepreneurship. Edisi Pertama*, Jakarta : PT. Elek Media, 2009.