
**PENINGKATAN NILAI TAMBAH EKONOMI USAHA CRISP ENYE-ENYE!!
KAMPUNG CIGUNDI DENGAN PEMANFAATAAN TEKNOLOGI**

Miguna Astuti¹

Tati Handayani²

Nurhafifah Matondang³

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta ^{1,2,3}

miguna.astuti@upnvj.ac.id¹

tati.handayani@upnvj.ac.id²

nurhafifahmatondang@upnvj.ac.id³

History Artikel

Received: 21-08-2022; *Revised:* 05-09-2022; *Accepted:* 14-09-2022; *Published:* 30-09-2022

ABSTRAK

Mitra dalam program ini adalah Kelompok Wanita PAGODA di Kampung Cigundi, Kecamatan Cibadak Kab. Lebak- Banten. Kabupaten Lebak merupakan salah satu kabupaten dengan wilayah terbesar di Provinsi Banten dengan tingkat kesuburan tanah yang tinggi. Anggota KWP yang terdiri dari lebih dari 20 ibu-ibu rumah tangga merupakan pengusaha berskala mikro yang mengolah bahan baku berasal dari singkong menjadi panganan jadi yaitu Crisp!! Enye-Enye. Setelah pelaksanaan PKM Adapun hasil evaluasi menunjukkan hasil antara lain (1) target meningkatnya kemampuan mitra sebesar 75% tercapai. Adapun target ini adalah terkait pembuatan desain khusus *packaging* (kemasan), (2) target meningkatnya pengetahuan mitra dalam memberikan pelayanan melalui *marketplace* meningkat 70%, sehingga target tercapai. (3) Selain melalui *e-commerce*, kemampuan anggota KWP dalam melakukan pemasaran media sosial meningkat 70%, sehingga target tercapai. (4) Dengan melakukan pembuatan desain baru, memberikan pelayanan yang baik dan aktif dalam pemasaran digital akan membuat mitra meningkatkan pendapatannya. Pendapatan per satu kali produksi meningkat mencapai 150% hanya saja karna stok bahan baku yang saat ini mulai sulit ditemukan di daerah Cigundi yang membuat anggota KWP membeli singkong dengan harga yang berbeda dan kualitas pun berbeda. Target awal peningkatan pendapatan yaitu 100% tercapai, bahkan lebih.

Kata Kunci: Peningkatan Nilai Tambah, Crisp!! Enye-Enye, Pemanfaatan Teknologi

ABSTRACT

Partners in this program are the PAGODA Women's Group in Cigundi Village, Cibadak District, Kab. Lebak-Banten. Lebak Regency is one of the regencies with the largest area in Banten Province. Based on data from the Agricultural Service of Lebak Banten Regency, Cibadak as one of the sub-districts has a high level of soil fertility. KWP members consisting of more than 20 housewives. So that it can be concluded in this PKM including (1) Increased partner capabilities by 75% related to making special packaging designs (packaging) by updating from the previous packaging to new packaging that is more specific and has a wide variety of colors to distinguish the type of taste it makes. (2) Partners are able to provide services through market places such as Tokopedia, with the Covid-19 pandemic not preventing KWP members from marketing these Crisp!! Enye-Enye products. At this stage it increased by 70% who previously did not really understand E-Commerce. (3) Apart from e-commerce, KWP

members also partners are able to do digital marketing through Instagram, whatsapp and others at the digital marketing stage, an increase of 70% which previously only sold from whatsapp status, now they are starting to venture through Instagram.(4) By making new designs, providing good service and being active in digital marketing will make partners increase their income. The income per one-time production has increased to 150% only because the stock of raw materials is currently starting to be difficult to find in the Cigundi area which makes KWP members buy cassava at a lower price. different and the quality is different.

Keywords: Increased Value Added, Crisp!! Enye-Enye, Utilization of Technology

PENDAHULUAN

Di Indonesia UMKM berjumlah mencapai 98,6% dari total usaha yang tercatat di Indonesia. (Nurdiyansyah, 2020) Angka tersebut menjadi penting sebab usaha dengan skala usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM signifikan dalam menyumbang jumlah PDB di Indonesia dan menyerap tenaga kerja (Yufus, 2020)

Rendahnya jumlah konsumsi produk lokal tersebut kemudian akan berimbas pada menurunnya pendapatan pengusaha lokal, dalam hal ini UMKM yang kemudian akan menurunkan kontribusi UMKM terhadap PDB serta dapat menurunkan pula serapan tenaga kerja. (Hafni & Rozali, 2016). Kabupaten terbesar di wilayah Provinsi Banten yaitu Kabupaten Lebak yang memiliki potensi wilayah yang besar yang tidak diikuti dengan pengembangan potensi sumber daya lokal dengan optimal. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Lebak Banten menyatakan bahwa “Cibadak sebagai salah satu Kecamatan memiliki tingkat kesuburan tanah yang tinggi. Bahkan pada 2017 lalu, Dinas Pertanian Kabupaten Lebak mendorong petani untuk mengembangkan budidaya tanaman palawija seperti jagung dan singkong untuk memenuhi ketersediaan pangan sekaligus meningkatkan ekonomi masyarakat.”

Mitra dalam PKM ini, adalah Kelompok Tani Wanita PAGODA (KWP) yang memiliki kelompok terdiri dari 25 ibu rumah tangga yang berdomisili di Kampung Cigundi, Desa Mekar Agung. Pada awalnya KWP ini dibentuk pada tahun 2000 adalah sebagai wadah berkumpulnya para istri anggota Kelompok Surya Tani (KST) yang juga berlokasi di Desa Cigundi. KWP didirikan oleh Ibu Susiyawati atas dasar kesamaan kepentingan, kondisi lingkungan, sosial ekonomi dan sumber daya serta terutama atas dasar keakraban.

Menyadari potensi tersebut, tim PKM UPN Veteran Jakarta Kembali mengadakan kegiatan

pengabdian di tahun 2020, kali tersebut adalah dengan pendanaan dari DRPM Ristek- BRIN. Panganan lokal Enye-Enye yang sebelumnya berbentuk sangat tradisional kemudian diinovasi bersama-sama pada kegiatan PKM tahun 2020 ini menjadi bentuk panganan modern dengan berbagai rasa dan kemasan yang modern pula.

Aspek yang akan dilakukan pada pengabdian ini di antaranya: aspek produk dengan melakukan perubahan produk Enye-Enye menjadi cemilan “Crisp!! Enye-Enye, aspek kemasan atau *packaging* masih sulit dikatakan bahwa kelompok sudah mengeksekusi dengan baik. Karena dalam kemasan produk ini masih kurang beberapa informasi dari produk untuk lebih dikenal konsumen. Karena sesuai dengan teori mengenai kemasan, bahwa kemasan tidak hanya soal kemasannya saja namun label dan informasi juga menjadi bagian dari kemasan, aspek promosi yang di mana para anggota KWP belum mampu memanfaatkan teknologi website tersebut untuk promosi Crisp!! Enye-Enye sehingga dapat lebih memaksimalkan nilai ekonomi terkait penjualan dan pendapatan serta keuntungan usaha Crisp!! Enye-Enye mereka. KWP juga belum memanfaatkan *e-market* atau *online marketplace* sama sekali untuk promosi Crisp!! Enye-Enye, aspek pelayanan anggota KWP belum menyadari pentingnya pelayanan konsumen pada media pemasaran tersebut, misalkan bagaimana menjawab (*reply*) komentar, dan atau *like* atas posting dan testimoni serta bagaimana menjawab apabila ada komentar yang menanyakan produk sehingga dapat mengarahkan konsumen untuk membeli Crisp!! Enye-Enye. Istilah “konsumen adalah raja” seringkali didengar dan aspek sumber daya manusia yang di mana anggota yang tadinya tidak aktif bahkan mulai kembali memproduksi Enye-Enye setelah sekian lama tidak memproduksi. Dari 25 anggota, sebanyak 10 orang tidak memiliki *smartphone*. Namun, seluruhnya memiliki anggota

keluarga yang paham cara mengoperasikan *smartphone* (anak, keponakan atau suami).”Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dilihat bahwa UKM keripik Enye-Enye di Desa Mekar Agung mengalami permasalahan-permasalahan yang dialami kelompok Mitra adalah rendahnya kepemilikan *packaging* (kemasan), rendahnya pelayanan melalui *marketplace* dan rendahnya kemampuan mitra dalam pemasaran secara digital.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa kombinasi berupa metode analisis yang dilaksanakan secara bersama antara tim pengabdian dengan mitra di Desa Mekar Agung yang berada di bawah naungan Kelompok Wanita Pagoda, serta penyusunan luaran kegiatan berdasarkan hasil analisis bersama-sama pula. Metode yang mengikutsertakan mitra tersebut disebut juga dengan metode partisipatif. Adapun digunakannya metode ini adalah agar mitra juga memberikan kontribusi dalam peningkatan usahanya. Dengan demikian, diharapkan luaran kegiatan yang dihasilkan dapat dimanfaatkan dengan baik serta berkelanjutan oleh mitra. Adapun tahapan kegiatan abdimas ini terdiri atas Tahap persiapan (Survei, Penentuan lokasi, Analisis situasi wilayah dan mitra, Penulisan proposal); Tahap analisis (Analisis tahap & proses kerja Mitra, Analisis potensi Kelompok Wanita Pagoda (KWP) dan Enye-Enye); Tahap pelatihan dan pendampingan; Tahap pembuatan laporan kemajuan; Tahap penyusunan rencana pemanfaatan teknologi untuk proses produksi; pelayanan dan pemasaran; Tahap evaluasi dan monitoring dan Tahap laporan kegiatan pembinaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang didapatkan berdasarkan hasil dari lapangan akan ditampilkan pada bagian ini. Rumusan masalah yang telah disampaikan akan dijawab berdasarkan metode dan tahapan yang sudah disampaikan sebelumnya, di antaranya:

A. Tahap Persiapan

Pada kunjungan pertama pada tanggal 08 Januari 2021, Tim PKM melakukan survei ke wilayah Desa Mekar Agung yang berbatasan dengan Rangkasbitung. Perjalanan menuju Kantor

Desa Cibadak berjalan dengan lancar. Meskipun kantor desa Cibadak tidak bisa dibilang tertinggal, namun banyak aktivitas masyarakat umum serta kegiatan ekonomi yang masih tertinggal dibandingkan Rangkasbitung. Sesampainya di Kantor Desa Cibadak Tim PKM bertemu dengan bapak kepala desa. Tim PKM mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Hasil survei termasuk pada diperolehnya permasalahan mitra yang perlu segera diselesaikan. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, maka dilakukan persiapan-persiapan untuk melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada mitra yang terdiri atas ibu-ibu yang berdomisili di Kp. Cigundi, Desa Mekar Agung, Kecamatan Cibadak, Kabupaten Lebak, Banten. Tahap persiapan ini juga dilakukan agar mitra dan pihak terkait lainnya mendukung sepenuhnya program PKM ini.

Ketika tim pengabdian sedang mempersiapkan kunjungan kedua untuk mengurus perizinan melakukan kegiatan program kemitraan masyarakat, pemerintah melarang semua masyarakat melakukan aktivitas di luar rumah sehingga semua aktivitas dilakukan di rumah bila ingin berhubungan dengan orang lain di luar rumah dapat dilakukan melalui daring karena Indonesia saat itu sedang dilanda pandemik covid-19, sehingga semua aktivitas/kegiatan sempat tertunda. Namun, komunikasi dengan mitra tetap dilakukan melalui *telephone* atau *whatsap*, sehingga ketika pemerintah memberikan sedikit kelonggaran tim pengabdian melakukan kunjungan ke desa mitra untuk mengurus perizinan melaksanakan program kemitraan masyarakat, hal ini berani dilakukan tim pengabdian karena di desa mitra pandemik covid-19 masih zona hijau tidak seperti Jakarta yang zona merah.

B. Tahap Analisis

Berdasarkan hasil diskusi dan evaluasi tim pengabdian dengan anggota KWP selama di Kampung Cigundi Desa Mekar Agung maka diperoleh simulasi KWP perbulannya. Yang sebelumnya dalam kurangnya pemanfaatan teknologi pada proses produksi yang dijalankan masih rendah. Pada masa pandemi covid-19 dalam sebulan hanya 1 kali produksi dikarenakan proses pembuatan Enye-Enye yang memerlukan waktu yang banyak dan pembelinya yang menurun sehingga memiliki pendapatan hanya 240.000/bulan saja. Namun, terdapat pula beberapa

kelompok KWP yang melakukan penjualan secara *online* sehingga pendapatan dapat meningkat di atas 30%. Jika menggunakan teknologi canggih dalam setiap produksinya serta memberikan pelayanan yang baik dalam memasarkan produknya secara *online* maka pendapatan akan meningkat lebih dari 50%.

Selama adanya PPKM tahap 1-4 yang mulai awal bulan Juni 2021 hingga 30 Agustus 2021 yang semula telah memulai produktif dengan melakukan penjualan secara *online*, sampai saat ini belum melakukannya kembali dikarenakan kurangnya minat pembeli hingga terbatasnya waktu pengiriman yang membuat menghambat proses penjualan.

C. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2021 bersama Kelompk Wanita Pagoda (KWP) dengan menggunakan aplikasi *Zoom Meeting/Google Meet* dikarenakan adanya penerapan PPKM tahap 2 yang di mana masyarakat tidak boleh melakukan perjalanan keluar kota kecuali dengan tugas khusus keperluan pemerintahan dan 9 sektor yang telah ditentukan. Maka dari itu tim PKM memutuskan untuk melakukan pertemuan tersebut melalui secara *online*. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan mitra akan pemanfaatan teknologi yang digunakan untuk proses produksi, pelayanan, dan pemasaran usaha KWP serta usaha untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dengan menggunakan fasilitas internet dan memadukannya dengan materi yang disampaikan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan pada mitra dilakukan dengan tahapan serupa dengan tahapan pada tahun-tahun sebelumnya yang memang telah dirasa familiar oleh mitra, sehingga memudahkan pelaksanaan yaitu “sebelum pelatihan dan pendampingan dimulai terlebih dahulu disebarakan kuisisioner kepada seluruh anggota KWP yang berkaitan dengan materi yang akan disampaikan. Untuk menjawab kuisisioner dipandu oleh tim pengabdian. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dimulai dengan penyampaian materi, setelah penyampaian materi dilanjutkan dengan sesi tanya jawab, anggota kelompok KWP sangat bersemangat mengikuti pelatihan dan pendampingan ini. Hal ini terbukti dengan banyaknya pertanyaan disampaikan pada

saat pelatihan. Suasana pelatihan dan pendampingan terlaksana sesuai dengan metode partisipasif yang pengabdian tetapkan, di mana seluruh anggota KWP turut berpartisipasi aktif sehingga pengabdian berharap materi bisa tersampaikan dengan baik kepada anggota KWP. Dari hasil diskusi dan tanya jawab terlihat anggota KWP mengerti dan ingin mengimplementasikan apa yang sudah mereka dapatkan dalam penelitian dan pendampingan ini. Untuk melihat keseriusan anggota KWP maka dilanjutkan dengan pengisian kuisisioner”(Sembiring, Astuti, and Jenji Gunaedi 2021).



Gambar 1. Pelatihan dan Pendampingan Secara Online
Sumber : Dokumentasi Tim (2021)

D. Evaluasi Peningkatan Desain Kemasan, Pelayanan Market Place, Pendapatan Digital dan Pendapatan Crisp!! Enye-Enye

Pada tanggal 31 Oktober tim pengabdian seharusnya melakukan pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Desain Kemasan, Pelayanan *Marketplace*, Pendapatan Digital dan Pendapatan Crisp!! Enye-Enye, sesampainya tim di Kampung Cigunti ternyata hanya beberapa saja yang dapat hadir dikarenakan banyak yang kurang sehat dan ada keperluan lainnya, akhirnya tim berinisiatif untuk melakukan pelatihan sekaligus evaluasi terkait Peningkatan Desain Kemasan, Pelayanan *Marketplace*, Pendapatan Digital dan Pendapatan Crisp!! Enye-Enye.

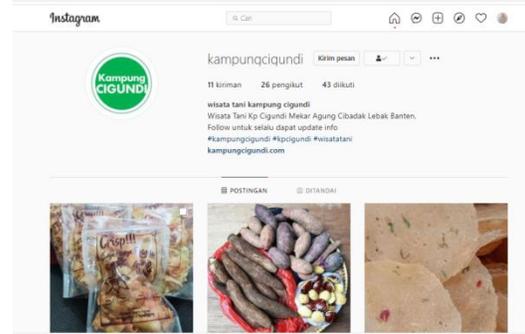
Berdasarkan hasil diskusi yang dihadiri oleh 12 dari 25 anggota KWP, di antaranya : Meningkatnya kemampuan mitra sebesar 75% terkait pembuatan desain khusus *packaging*

(kemasan) dengan memperbaharui dari kemasan sebelumnya menjadi kemasan baru yang lebih spesifik dan memiliki banyak ragam warna untuk membedakan jenis rasa yang dibuatnya. Seperti pada desain lama yang memiliki model yang sama hanya membedakan yaitu tanda ceklis dengan spidol permanen untuk membedakan rasa tersebut, pada hal tersebut banyak anggota KWP dan *reseller* lainnya kebingungan pada saat pemilihan rasa karna spidol permanen mudah luntur terkadang *seller* lupa rasa apa pada saat pembeli bertanya terkait rasa. Pada desain baru tim dan anggota KWP bersepakat untuk membedakan dengan warna tulisan, seperti contoh untuk marna merah (balado); coklat (original); orange (bbq); kuning (jagung bakar) dan lainnya. Berikut terdapat gambar dibawah ini bedanya desain lama dan desain baru.



Gambar 2. Desain Kemasan Lama dan Desain Kemasan Baru
Sumber : Dokumentasi Tim (2021)

Mitra mampu memberikan pelayanan melalui *marketplace* seperti Tokopedia, dengan adanya pandemik covid-19 tidak menghalangi anggota KWP dalam memasarkan produk Crisp!! Enye-Enye tersebut. Pada tahap ini meningkat 70% yang sebelumnya tidak begitu paham terkait *e-commerce*. Selain melalui *e-commerce* anggota KWP juga mitra mampu melakukan pemasaran secara digital melalui Instagram, *whatsapp* dan lainnya pada tahap pemasaran digital meningkat 70% yang sebelumnya hanya menjual dari status *whatsapp* kini mulai memberanikan diri untuk melalui Instagram.



Gambar 3. Pemasaran melalui Instagram (digital)
Sumber : Dokumentasi Tim (2021)

Dengan melakukan pembuatan desain baru, memberikan pelayanan yang baik dan aktif dalam pemasaran digital akan membuat mitra meningkatkan pendapatannya. Pendapatan per satu kali produksi meningkat mencapai 150% hanya saja karna stok bahan baku yang saat ini mulai sulit ditemukan di daerah Cigundi yang membuat anggota KWP membeli singkong dengan harga yang berbeda dan kualitas pun berbeda. Hal ini disebabkan karena adanya pengusuran lahan petani singkong yang akan dibuat menjadi jalan tol serta cuaca yang buruk juga yang menyebabkan kualitas singkong berkurang serta dalam proses pembuatan pun terhambat karena dalam tahap penjemuran yang membutuhkan panasnya matahari.



Gambar 4. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Desain Kemasan, Pelayanan Market Place, Pendapatan Digital dan Pendapatan Crisp!! Enye-Enye
Sumber : Dokumentasi Tim (2021)

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program kemitraan masyarakat dengan judul “Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Usaha Crisp Enye-Enye!! Kampung Cigundi dengan Pemanfaatan Teknologi” adalah:

a. Meningkatnya kemampuan mitra sebesar 75%, sehingga target tercapai terkait pembuatan desain khusus *packaging* (kemasan) dengan

memperbaharui dari kemasan sebelumnya menjadi kemasan baru yang lebih spesifik dan memiliki banyak ragam warna untuk membedakan jenis rasa yang dibuatnya.

b. Mitra mampu memberikan pelayanan melalui *marketplace* seperti Tokopedia, dengan adanya pandemik covid-19 tidak menghalangi anggota KWP dalam memasarkan produk Crisp!! Enye-Enye tersebut. Pada tahap ini meningkat 70%, sehingga target tercapai yang sebelumnya tidak begitu paham terkait *e-commerce*.

c. Selain melalui *e-commerce* anggota KWP juga mitra mampu melakukan pemasaran secara digital melalui Instagram, *whatsapp* dan lainnya pada tahap pemasaran digital meningkat 70%, sehingga target tercapai yang sebelumnya hanya menjual dari status *whatsapp* kini mulai memberanikan diri untuk melalui Instagram.

d. Dengan melakukan pembuatan desain baru, memberikan pelayanan yang baik dan aktif dalam pemasaran digital akan membuat mitra meningkatkan pendapatannya. Pendapatan per satu kali produksi meningkat mencapai 150% hanya saja karna stok bahan baku yang saat ini mulai sulit ditemukan di daerah Cigundi yang membuat anggota KWP membeli singkong dengan harga yang berbeda dan kualitas pun berbeda. Target awal peningkatan pendapatan yaitu 100% tercapai, bahkan lebih.

Pada kegiatan PKM ini yang dilaksanakan secara rutin dan secara langsung jika PPKM di masa Pandemi covid-19 ini telah tidak diberlakukan agar dapat meningkatkan pelayanan dalam *e-commerce* dan social media serta paham terkait kode etik berjualan agar pelanggan merasa puass dan akan melakukan kembali pembelian ulang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini pula tak lupa kami, tim peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Dr. Erna Hernawati, Ak,CPMA,CA ., Selaku Rektor UPN “Veteran” Jakarta
2. Sri Lestari Wahyuningroem,MA.,Ph.D.

Selaku Ketua LPPM

3. Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE.,Ak.,M.Ak.,CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Dr. Desmintari, SE, MM , Selaku Kepala Jurusan S1 manajemen
5. Wahyudi, SE, MM , Selaku Kaprodi S1 Manajemen
6. Kelompok Wanita Pagoda Selaku Mitra Program Kemitraan Masyarakat

Pihak lain yang terkait dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

DAFTAR RUJUKAN

- Afandy, Arif. *Perencanaan Portofolio Aplikasi Mendatang Berdasarkan Strategi Bisnis Pt. Krakatau Industrial Estate Cilegon Unit Otonom Krakatau Steel Building Management*. Surabaya: Penelitian Tidak Diterbitkan. 2010.
- Arasy Alimudin, Agus Dwi Sasono, “Peningkatan Daya Saing Produk Konveksi Usaha Kecil Berbasis Iptek Di Desa Tri Tunggal Kecamatan Babat Lamongan”, *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Terapan Sv Ugm*, 2015.
- Gangeshwer, D. K., “E-Commerce Or Internet Marketing: A Businessreview From Indian Context”, *International Journal Of U- And E-Service, Science And Technology Vol.6, No.6 (2013), Pp.187-194*.
- Ghozali Khakim, “Pembuatan Protfolio Aplikasi Mendatang Pada Perusahaan Jasa Konstruksi”, Its, *Jurnal Sistem Informasi, Volume 4, Nomor 1, September 2011, Hlm 28-36*
- Sembiring, Rosali, Miguna Astuti, and Jenji Gunaedi. 2021. “Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Dan Distribusi Bagi Kelompok Wanita Pagoda Di Lebak-Banten.” *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia 4: 82–91*.