

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK STIK GOROHO PKM KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA UNIVERSITAS TERBUKA

Lismawati Mooduto¹, Moh Zulkarnain R Zain², Lisnawati Mooduto³, Nur Asiah⁴,
Yasir, M.Pidu⁵

¹*Ilmu Komunikasi, Universitas Terbuka,*

²*Ilmu Perpustakaan, Universitas Terbuka,*

³*Ekonomi Syariah, Universitas Terbuka,*

⁴*Ilmu Administrasi Negara, Universitas Terbuka,*

⁵*Manajemen, Universitas Terbuka*

lismawatimooduto7@gmail.com

Abstrak

Kata Kunci:

Keripik Stik

Goroho,

Pengembangan

Usaha, Strategi

Pisang goroho merupakan salah satu tanaman khas di Sulawesi bagian utara. Selama ini pisang goroho hanya sebagai makanan keluarga yang di goreng dan di rebus. Untuk meningkatkan nilai pisang goroho dan memberikan keuntungan bagi pengolah, kami berinovasi menjadikannya produk olahan makanan yang enak, lebih tahan lama, dan siap untuk dikonsumsi menjadi keripik stik goroho. Usaha keripik stik goroho ini dimulai sejak tahun 2022 dalam usaha kecil-kecilan. Penjualan keripik stik goroho kami lakukan di Taman Pendidikan Al-Quran dan lingkungan sekitar rumah. Dalam mengembangkan usaha ini, kami mengalami masalah diantaranya kenaikan harga bahan baku dan keterbatasan alat penunjang usaha dalam memproduksi jumlah keripik stik goroho yang banyak, karena pisang goroho hanya dapat diolah dalam keadaan mentah. Dengan adanya Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) kewirausahaan mahasiswa Universitas Terbuka (UT) kami berharap bisa mengembangkan usaha dengan meningkatkan produksi dan memperluas pemasaran produk. Metode dalam kegiatan ini terdapat dua tahapan, yakni tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Tahap persiapan mencakup kegiatan mengikuti sosialisasi, workshop dan lainnya. Tahap pelaksanaan dilakukan (1) membeli alat parut untuk mempercepat proses pemotongan keripik stik goroho dan penggorengan yang lebih besar; (2) Membeli alat press untuk menjaga dan melindungi isi produk agar kondisi tetap bertahan lama; (3) Membuat desain logo dan kemasan keripik stik goroho sendiri untuk branding, dan membuat kemasan yang lebih menarik; (4) Membeli berbagai macam varian rasa agar konsumen menyesuaikan rasa yang diinginkan; (5) Mengurus perizinan berusaha. Saat ini usaha keripik stik goroho sudah diproduksi dalam jumlah yang lebih besar, dengan kemasan yang lebih baik dan menarik serta pemasaran yang lebih luas. Usaha keripik stik goroho ini berdampak positif bagi mahasiswa dalam mengembangkan bakat kewirausahaannya, masyarakat ekonomi usaha mikro kecil, menengah, serta meningkatkan pendapatan para petani pisang.

Abstrack

Kata Kunci:

Goroho Stick
Chips,
Business
Development,
Strategy

Goroho banana is a typical plant in northern Sulawesi. So far, goroho bananas have only been used as family food, fried and boiled. To increase the value of goroho bananas and provide profits for processors, we are innovating to make a processed food product that is delicious, lasts longer, and is ready to be consumed as goroho stick chips. This Goroho stick chips business started in 2022 as a small business. We sell goroho stick chips in the Al-Quran Education Park and the environment around the house. In developing this business, we experienced problems including increasing prices of raw materials and limited business support equipment in producing large quantities of Goroho stick chips, because Goroho bananas can only be processed raw. With the Community Service Program (PkM) for Open University (UT) student entrepreneurship, we hope to be able to develop businesses by increasing production and expanding product marketing. The method in this activity has two stages, namely the preparation stage and the implementation stage. The preparation stage includes the following socialization activities, workshops and others. The implementation stage was carried out by (1) purchasing a grater tool to speed up the process of cutting goroho stick chips and larger frying pans; (2) Buy press equipment to maintain and protect the contents of the product so that it remains in good condition for a long time; (3) Create your own logo design and packaging for goroho stick chips for branding, and create more attractive packaging; (4) Buy various flavors so that consumers can adjust the taste they want; (5) Manage business permits. Currently, the Goroho stick chips business is being produced in larger quantities, with better and more attractive packaging and wider marketing. This goroho stick chips business has had a positive impact on students in developing their entrepreneurial talents, the economic community, micro, small and medium enterprises, as well as increasing the income of banana farmers.

A. Pendahuluan

Produksi pisang di Provinsi Gorontalo cukup banyak. Sepanjang tahun 2022 sebagaimana tercatat oleh Badan Pusat Statistik (BPS), produksi pisang di Provinsi Gorontalo sebanyak 4.689 ton (Sadya & Sarnita. 2023). Dengan melimpahnya ketersediaan tersebut membuat pisang tidak memiliki daya simpan yang lama khususnya pada pisang goroho. Apabila kemelimpahan pisang tidak diimbangi dengan pemanfaatannya maka akan meningkatkan potensi kerugian. Untuk meningkatkan daya awet pisang dan memberikan keuntungan bagi pengolah, sekaligus menambah pendapatan petani, kami

berinovasi menjadikannya produk olahan yang lebih tahan lama dan siap untuk dikonsumsi agar produksi pisang pada panen raya tidak terbuang percuma.

Pisang goroho cukup populer di Gorontalo yang banyak diminati anak-anak hingga orang tua. Pisang dulunya hanya diolah menjadi pisang goreng dan pisang rebus yang biasa di temui di kios-kios kecil, warung kopi dan sebagai cemilan keluarga. Pisang goroho adalah pisang yang memiliki kandungan zat besi yang dibutuhkan bagi penderita anemia, mengurangi kolesterol serta diabetes. Selain itu juga mengandung vitamin C yang dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh. (Karamoy dkk, 2017).

Dalam menjalankan usaha, kami mengembangkan kreativitas dengan pengolahan yang lebih luas dengan menjadikannya cemilan, yaitu keripik stik goroho. Keripik stik goroho yang kami produksi saat ini belum masuk ke pasar Gorontalo, tetapi masih dalam lingkup usaha rumahan. Karena keterbatasan biaya proses pembuatan keripik stik goroho menggunakan alat dan bahan seadanya, seperti alat parutan yang kecil, kemasan di pres menggunakan lilin, dan proses penggorengannya menggunakan wajan kecil, sehingga tidak mampu memproduksi dalam jumlah yang banyak. Dalam menjalankan usaha keripik stik goroho, kami membuat perbedaan dalam penyajiannya ada 3 varian rasa yang enak dan bergizi, dengan harapan dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Bisnis ini telah berjalan selama kurang lebih 2 tahun dalam usaha kecil-kecilan dengan bahan yang memadai. Namun, seiring meningkatnya harga bahan baku seperti minyak goreng, bumbu tabur dan kemasan produk lainnya. Sehingga kami mengalami kesulitan menjalankan usaha terlebih susah menaikkan omzet penjualan. Sampai saat ini, penjualan keripik stik goroho kami lakukan di Taman Pendidikan Al-Quran dan lingkungan sekitar rumah dengan harga jual Rp5.000-Rp10.000. Ditambah lagi dengan adanya pelanggan yang memesan khusus. Dengan adanya Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) kewirausahaan mahasiswa ini kami berharap bisa mengembangkan usaha lebih luas lagi dengan meningkatkan produksi dan memperluas pemasaran produk. Kami juga berharap bisa membuat logo atau brand dan membuat kemasan lebih menarik. Tujuan dalam pelaksanaan usaha PKM keripik stik goroho ini berdampak positif bagi meningkatnya ekonomi usaha mikro kecil, menengah, maupun sebagai nilai tambah pendapatan yang semakin baik bagi para petani pisang, dan pedagang buah pisang.

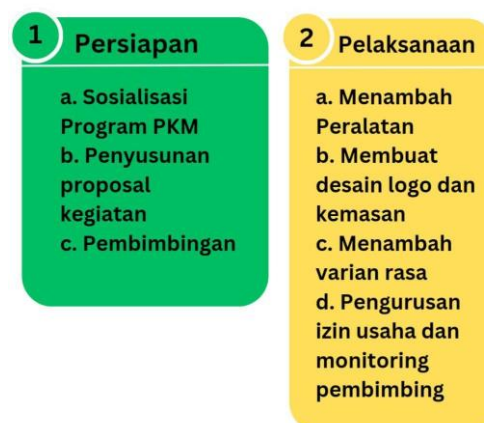
B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat kewirausahaan mahasiswa ini dengan mengadopsi metode 2 tahapan utama, yakni tahap persiapan dan tahap pelaksanaan, sebagaimana dapat ditunjukkan pada gambar 1.

Tahap pertama pada persiapan kegiatan PKM ini dimulai pada tanggal 2 maret 2024 dimana kelompok mahasiswa PKM diwajibkan mengikuti workshop PKM UT UPBJJ Gorontalo dan mengikuti sosialisasi PKM pengembangan kewirausahaan, kemudian dilanjutkan dengan menyusun proposal, pada tanggal 5 maret 2024 kelompok PKM mengikuti bimbingan pengiriman proposal dan dilanjutkan dengan melakukan pembimbingan oleh dosen pembimbing. Mahasiswa yang tergabung dalam kelompok kegiatan PKM ini berjumlah 3 orang dan 2 pembimbing Dosen.

Tahap kedua pada pelaksanaan kegiatan PKM, yakni: (1) Membeli alat parut untuk mempercepat proses pemotongan keripik stik goroho. (2) Menambah alat penggorengan yang lebih besar untuk menambah jumlah produksi. (3) Membeli alat press untuk menjaga dan melindungi isi produk agar kondisi tetap bertahan lama ketika di disitribusikan. (4) Membuat desain logo dan kemasan keripik stik goroho sendiri sebagai alat yang kuat untuk branding dan membuat kemasan yang lebih baik agar produk tidak mudah rusak ketika dalam pengiriman serta untuk lebih mempercantik tampilan kemasan. (5) Membeli berbagai macam varian rasa yang berbeda agar konsumen menyesuaikan rasa yang diinginkan. (6) Mengurus perizinan berusaha untuk menunjang kegiatan usaha seperti nomor induk berusaha (NIB), sertifikat pemenuhan komitmen produksi pangan olahan industri rumah tangga (SPP-IRT), dan untuk sertifikat halal sampai saat ini masih dalam proses pengurusan, serta kegiatan kelompok pengabdian kewirausahaan mahasiswa dimonitoring oleh pembimbing.

Gambar 1. Metode kegiatan usaha PKM



C. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan PKM ini diawali dengan mengikuti workshop dan sosialisasi. Setelah mendapat dana dari PKM kami melakukan upaya-upaya dalam penggunaan dana agar anggaran ini menjadi lebih efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan. Berikut ini adalah upaya-upaya yang dimaksud:

1. Menambah peralatan

Teknologi tepat guna dapat mengurangi waktu produksi hingga 30% dan meningkatkan kapasitas produksi hingga dua kali lipat. Hal ini tentunya sangat bermanfaat bagi UMKM yang sering kali memiliki sumber daya yang terbatas (Kurniawan et al., 2023). Oleh karena itu, penambahan peralatan sangat penting untuk mempercepat proses produksi suatu usaha serta menambah tempat pajangan produk untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis.

Gambar 2. Tempat pajangan produk



2. Membuat desain logo dan kemasan

Ainun et al. (2023) menyatakan logo adalah representasi visual dari identitas merek dalam bentuk videogram, simbol, lambang, ikon, atau tanda. Logo yang baik harus memiliki ciri-ciri tertentu untuk membedakan dengan produk lain baik berupa warna, bentuk, maupun tipografinya (Suwandi et al., 2023). Pembuatan desain logo kemasan suatu produk yang tepat merupakan salah satu hal yang sangat penting karena logo pada kemasan produk merupakan salah satu media promosi yang baik (Novitasari et al., 2022).

Dalam era digital yang semakin berkembang, desain grafis menjadi salah satu elemen penting dalam komunikasi visual (Alia et al., 2024). Desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi visual dalam bentuk pesan dengan menggunakan beragam elemen, meliputi tipografi, ilustrasi, dan fotografi pada berbagai media (Jonathan & Valentina, 2023). Inovasi produk tidak hanya tentang menciptakan atau mengembangkan sesuatu produk yang baru dan asli (Rosmegawati, 2022). Bentuk inovasi tersebut salah satunya dapat dilakukan dengan penguatan merek produk (branding) (Viano et al., 2023).

Gambar 3. Kemasan Keripik Stik Goroho



3. Menambah varian rasa

Menurut Lewis dan Booms, yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra, kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan. Kualitas layanan tidak hanya terkait produk fisik, tetapi juga dengan cara menambah varian rasa. Konsep ini menekankan pentingnya memahami dan memenuhi harapan pelanggan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tinggi. (Purnama, 2021)

4. Pengurusan izin usaha

Izin usaha merupakan bentuk pengakuan atau pemberian izin secara hukum dari pihak berwenang atas penyelenggaraan kegiatan usaha orang perorangan atau perusahaan (Krisnawati et al., 2022). Tujuan dari izin usaha ini adalah pelaku usaha memiliki legalitas sebagai bentuk jaminan perlindungan hukum atas usaha yang dimilikinya, memudahkan pelaku usaha untuk memasarkan dan mengembangkan usahanya, kemudahan akses permodalan serta kemudahan untuk memperoleh pendampingan dan pelatihan usaha dari pemerintah (Diana et al., 2022). Salah satu bentuk dari perizinan usaha adalah dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang berfungsi sebagai identitas bagi pelaku usaha perorangan maupun perseorangan (Christya et al., 2022). Pengurusan SPP-IRT (Sertifikat Produksi Pangan

Industri Rumah Tangga) merupakan izin edar khusus untuk makanan olahan rumah tangga. Pelaku usaha yang telah memiliki Sertifikat P-IRT berarti telah memenuhi syarat keamanan pangan baik dari segi komposisi, takaran, dan kemasan serta dapat diedarkan ke khalayak luas (Epriliyana, 2019).

Gambar 4. Foto bersama Dosen Universitas Terbuka dan Mahasiswa PKM



D. Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok industri rumah tangga Keripik Stik Goroho telah terlaksana sepenuhnya. Saat ini usaha keripik stik goroho sudah diproduksi dalam jumlah yang lebih besar, dengan kemasan yang lebih baik dan menarik serta pemasaran yang lebih luas. Respon keterlaksanaan kegiatan mendapatkan hasil 40% responden menanggapi dengan baik dan 60% lainnya menanggapi dengan sangat baik. Pelatihan dan pendampingan dilakukan mulai dari penyusunan proposal, pengiriman proposal, pengiriman SK, Pembelian alat bahan, pembuatan alat promosi, Pengurusan izin usaha SPP-IRT, Pelatihan dan pendampingan CAPA (Corrective Action and preventive action) dari Dinas Kesehatan, pemasaran, dan analisis pasar. Hasil yang didapatkan adalah peningkatan keterampilan mitra, kemampuan memproduksi dengan lebih optimal, desain produk dan kemasan baru yang lebih modern, konsistensi membuat promosi melalui media sosial.

E. Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM Universitas Terbuka yang telah berkontribusi dalam pendanaan kegiatan PKM, kami juga berterimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen pembimbing UT-Gorontalo Selama Program kegiatan pengabdian berjalan, ketua dan anggota kelompok mahasiswa serta pemasok/penyuplai bahan baku utama yang

telah bekerja sama dengan baik hingga akhir kegiatan.

F. Referensi

- Sadya, Sarnita. (2023). Produksi Pisang di Provinsi Gorontalo Sepanjang Tahun (2022). Gorontalo. Badan Pusat Statistik:
<https://gorontalo.bps.go.id>.
- Karamoy, V. M., Loho, A. E., & Lolowang, T. F. (2017). Analisis Nilai Tambah Pisang Goroho (*Musa acuminata*, sp) (Studi Kasus: Sabuah Ungu Pantai Malalayang Kota Manado). *Agri-Sosioekonomi*.
- Muda, P., Saleh, E. J., Djunu, S. S., & Bahri, S. (2022). Kandungan Energi dan Beta Karoten Pisang Goroho (*Musa Acuminata*. Sp) Hasil Fermentasi. *Gorontalo Journal of Equatorial Animals*, 1(2).
- Kasim, Z. (2017). Hubungan Kekerabatan Tanaman Pisang (*Musa* sp) Di Kecamatan Lemito Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Skripsi*, 1(431411091).
- Widodo, U. P. W., & Sasmita, Y. (2020). Legalisasi Dan Pengelolaan Usaha Pada UMKM. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 45-53.
- Moersid, R., & Faiz, A. (2024). Peranan Desain Kemasan Produk dalam Meningkatkan Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Program Bedah Desain Kemasan 2023-Batch 14, Semarang (Bedakan). *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 5(01), 67-81.
- Purnama, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *JAMBURA* , 4 (2), 162 – 170.
- Sari, D. A., Sukanta, S., Wagiono, W., Hakiim, A., & Irawan, A. (2021). Peningkatan produksi bubuk jahe merah melalui introduksi sistem penghalusan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* , 5 (2), 615 - 623.
- Alia, P. A., Prayogo, J. S., Kriswibowo, R., Setyawan, A. B., & Febriana, R. Widha. ((2024).). Pengembangan Keterampilan Desain Interaktif Dan Serbaguna Dalam Era *Society* 5.0 Dengan Menggunakan Canva. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi Ipteks*, 2(3), 977–983.
- Jonathan, A. C., & Valentina, A. (2023). Peran Desain Grafis Pada Peningkatan *Brand Awareness* Konten Media Sosial Instagram Brand K. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 108–116.
<https://doi.org/10.24912/jssh.v1i3.28357>.
- Rosmegawati. (2022). Peran Aspek Pemasaran *Digital* Dalam Penjualan UMKM Pangan. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur*.

- Viano, M. R. O., Saefullah, Moch. A. S., Iskandar, R., Rusmana, O., & Purwanggono, I. (2023). Strategi Inovasi *Branding Dan Marketing* Dalam Pengembangan Produk Potensi Desa Dalam Upaya Peningkatan Kognitif Masyarakat Desa Neglasari Kecamatan Cisompet Kabupaten Garut. *Masyarakat Pariwisata: Journal Of Community Services In Tourism*, 4(1), 26–32.
<https://doi.org/10.34013/Mp.V4i1.1360>
- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun *Branding* Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i1.967>.
- Suwandi, A., Susanti, & Nisrina. (2023). Pengembangan Logo Pada Produk Sebagai *Branding* UMKM Di Desa Wisata Kertarahayu. *Journal Of Tourism And Creativity*, 7(2), 108–112.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/index>.
- Novitasari, D., Marlinda, N. L. P. M., Agetania, N. L. P., Thalib, E. F., & Ratnaningrum, L. P. R. A. (2022). Pelatihan Kolaborasi Membuat Logo Kemasan Produk Menggunakan Aplikasi Canva. *Sinaptek*, 5, 45–52.
- Krisnawati, T., Elly, M. I., Dhany, U. R., Izzah, N., & Septiana, M. D. (2022). Membangun Umkm Melalui Pengurusan Izin Usaha Di Era Digital. *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian*, 6(2), 291.
<https://doi.org/10.36841/integritas.v6i2.2321>.
- Diana, L., Akbhari, I., Fadhillah, A., & Hidayaturracman, H. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NiB) Untuk Kesadaran Legalitas Usaha Bagi Umkm Kelurahan Dukuh Sutorejo. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 81–88.
<https://doi.org/10.59066/jppm.v1i2.72>.
- Christya, A. P., Aprilia, N. N., Sari, N. A. E., Wijdan, R. M., & Putri, A. R. (2022). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk Pengembangan UMKM di Kelurahan Tlumpu Melalui Online Single Submission (OSS). *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 149–157. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1397>.
- Epriliyana, N. N. (2019). Urgensi Ijin Keamanan Pangan (P-IRT) Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Konsumen dan Meningkatkan Jaringan Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(1) : 21-31.