

Pengembangan Usaha Pertanian Melalui Pelatihan Pemasaran Dan Produksi Olahan Hasil Panen Menjadi Stik

Alfian Djafar^{1*}, Doddy Suanggana¹, Gad Gunawan¹, Agung Prabowo², Achmad Farizul Hasmi¹, Felita Tsany Pandya¹, Tina Febriana¹, Muhammad Syaiful Umara¹, Maulana Bayu Iqmal¹, Rukayya Syakira¹, Naufal Akmal¹, Muhammad Irwan Gunawan¹

¹Program Studi Teknik Mesin, Institut Teknologi Kalimantan, Kota Balikpapan, Indonesia

²Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi Kalimantan, Kota Balikpapan, Indonesia

Email: ^{1*}alfian.djafar@gmail.com

Abstrak – Peluang usaha dalam sektor pertanian memiliki potensi besar terutama dalam pengolahan hasil panen menjadi produk bernilai tambah. Potensi pengembangan produk olahan hasil panen di Balikpapan sangat besar, karena menjadi produsen tanaman palawija sebagai bahan baku utama. Oleh karena itu, Institut Teknologi Kalimantan berupaya untuk berkontribusi kepada pengembangan kesejahteraan masyarakat khususnya di Balikpapan. Metode yang dilakukan adalah identifikasi masalah dan mencari solusinya. Masalah pokok yang dihadapi oleh kelompok Tani Swa Tani adalah penjualan langsung hasil panen kepada tengkulak atau melalui penitipan di kios-kios terdekat. Pembuatan produk dari hasil panen hanya sambilan dan penjualannya hanya dilakukan di kios atau melalui grup WA. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang membangun semangat kewirausahaan dengan menerapkan kreativitas dan inovasi. Inovasi yang dilakukan berupa pengembangan produk olahan hasil panen dan juga inovasi manajemen di bidang pemasaran. Pelatihan pemasaran berisi materi untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya strategi pemasaran, serta metode pemasaran yang sederhana namun efektif. Produk hasil panen yang dipraktikkan berupa stik, dimana bahan baku utama untuk pembuatan stik menjadi tiga jenis yaitu singkong, keladi, dan pisang. Evaluasi hasil produk olahan memberikan gambaran bahwa stik singkong mendominasi dalam pilihan konsumen, sementara stik keladi memerlukan penyesuaian lebih lanjut, dan stik pisang perlu diperhatikan aspek perasa tambahan.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pemasaran, Produk, Stik

Abstract – Business opportunities in the agricultural sector have great potential, especially in processing harvests into value-added products. The potential for developing processed harvest products in Balikpapan is substantial, given its role as a primary producer of secondary crops used as the main raw materials. Therefore, the Kalimantan Institute of Technology seeks to contribute to the development of community welfare, especially in Balikpapan. The method used is identifying problems and finding solutions. The main problem faced by the Swa Tani Farmers group is the direct sale of their harvests to the collector or through safekeeping at nearby kiosks. The production of harvest-derived products is a part-time endeavor, with sales exclusively conducted through kiosks or WhatsApp (WA) groups. Community service activities have been implemented to foster an entrepreneurial spirit by encouraging creativity and innovation. The innovations carried out are in the form of developing processed harvest products and also management innovations in the marketing sector. Marketing training contains material to provide an in-depth understanding of the importance of marketing strategies, as well as simple but effective marketing methods. The practiced harvest product is in the form of sticks, with the primary raw materials for stick production being cassava, taro, and bananas. Evaluation of the results of processed products shows that cassava sticks dominate in consumer choice, while taro sticks require further adjustments, and banana sticks need additional flavor aspects.

Keywords: Entrepreneur, Marketing, Product, Stick

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan faktor produksi aktif yang dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber daya lainnya seperti sumber daya alam, modal, dan teknologi (Suryana & Bayu, 2010). Sumber daya tersebut jika dimanfaatkan, dapat menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja, penghasilan, dan produk yang diperlukan masyarakat (Alifuddin and Razak, 2015). Selain itu, kewirausahaan membutuhkan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang (Munawaroh, Rimiyati and Fajarwati, 2019). Berkenaan dengan inovasi, kegiatan kewirausahaan terbagi 2 inovasi, produk dan juga manajemen. Inovasi produk berupa barang, jasa ide, dan tempat. Sedangkan inovasi manajemen

meliputi proses kerja, proses produksi, proses keuangan, dan pemasaran (Alifuddin and Razak, 2015).

Dalam konteks pertanian, terdapat potensi besar untuk membangun peluang usaha, terutama dalam pengolahan hasil panen menjadi produk bernilai tambah. Pangan pertanian yang diolah menjadi produk olahan tidak hanya meningkatkan nilai jualnya tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru dan mendukung ketahanan pangan lokal. Sebagai contoh, produk olahan hasil panen seperti keripik buah, sari buah, atau tepung umbi-umbian dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan di sektor pertanian (Hassan, 2018).

Potensi pengembangan produk olahan di Balikpapan sangat besar. Berdasarkan data produksi padi dan palawija dalam kurun waktu 2017 hingga 2019, Balikpapan memproduksi ubi kayu atau singkong yang lebih banyak dibandingkan tanaman palawija lainnya. Sebanyak 8.834 ton ubi kayu pada tahun 2017, kemudian meningkat pesat pada tahun 2019 sebesar 12.032 ton. Adapun jagung, ubi jalar, dan kacang tanah berhasil diproduksi pada tahun 2019 masing-masing sebesar 672 ton, 717 ton, dan 138 ton (BPS Kota Balikpapan, no date b). Untuk lokasi atau daerah produksi padi dan palawija, belum ditemukan data terbaru berdasarkan penelusuran. Namun, jika mengacu data BPS tahun 2012 hingga 2014, kecamatan Balikpapan Utara menyumbang tanaman palawija khususnya ubi kayu(singkong) yang paling banyak di Kota Balikpapan. Ubi kayu di Balikpapan utara berhasil diproduksi sebanyak 11.416,8 ton pada tahun 2013, namun mengalami penurunan menjadi 11.396 ton pada tahun 2014 (BPS Kota Balikpapan, no date c).

Institut Teknologi Kalimantan telah banyak berkolaborasi dengan mitra yang ada di Balikpapan, termasuk kegiatan pengabdian masyarakat. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah pengembangan kewirausahaan dalam pengolahan pasca panen. Beberapa produk dari masyarakat dimana civitas akademika ITK turut andil didalamnya adalah, produk tepung mocav dari tanaman singkong, branding brownies singkong, branding tape singkong, dan opak (Itk, 2022; Putri, Pontoh and Wahab, 2022; LPPM ITK, no date). Selain itu, pengolahan salak menjadi berbagai produk pernah dilakukan, diantaranya risoles salak, rolls salak, manisan salak, asinan salak, dan keripik salak. Tak cukup hanya dengan pembuatan produk, akan tetapi pemasaran juga dilakukan melalui lapad dan juga media sosial (Putri et al., 2019).

Upaya ITK untuk berkontribusi kepada pengembangan kesejahteraan masyarakat akan terus dilakukan. Salah satunya Kelompok Swa Tani, yang merupakan kelompok tani yang memproduksi tanaman palawija. Ubi kayu sebagai tanaman palawija berpotensi untuk dikembangkan di wilayah Karang Joang. Sejauh ini, peran ekonomi singkong dalam perekonomian di Karang Joang belum menonjol. Padahal ketersediaan bahan baku dari hasil pertanian sangat memadai. Selain itu, produk hasil olahan bisa dipasarkan, karena lokasinya dekat dengan beberapa sekolah, dan belum ada usaha sejenis di lokasi tersebut. Jika ditinjau dari aspek sumber daya, pemberdayaan istri dari petani cocok untuk kegiatan ini. Jika suaminya bertani, maka istrinya yang akan menjalankan usaha produk olahan dari hasil panen tersebut. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan melalui pelatihan pemasaran dan pembuatan produk dari pengolahan hasil panen.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Identifikasi Masalah dan Solusi Permasalahan

Kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat dimulai dengan studi literatur dan juga studi lapangan. Studi literatur dilakukan dengan mencari data pertanian dan perkebunan yang ada di Balikpapan. Selain studi literatur, studi lapangan juga dilakukan. Pelaksanaan studi lapangan dilakukan dengan berkunjung ke lokasi calon mitra dan melakukan wawancara. Dari kedua proses tersebut, langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi dan perumusan masalah. Dari masalah yang didapatkan, nantinya akan didapatkan solusi permasalahan.

2.2 Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Jl. Soekarno-Hatta Km. 17, Karang Joang, Balikpapan Utara. Kegiatan ini dilakukan untuk menjadi solusi dari permasalahan yang ada di kelompok tan Swa tani. Pelaksanaannya terdistribusi dari 2 kegiatan, diantaranya adalah:

a. Pelatihan pemasaran produk

Pelatihan ini dilaksanakan dengan menghadirkan narasumber yang memiliki kompetensi di bidang pemasaran.

b. Praktek pembuatan produk olahan hasil panen

Praktek dimulai dengan mengumpulkan hasil panen dari kelompok tani swa tani, menyediakan alat dan bahan-bahan yang dibutuhkan

2.3 Evaluasi Hasil produksi

Tahapan kegiatan ini dilakukan untuk mengukur produk olahan hasil panen yang telah dibuat. Responden akan mencicipi terlebih produknya, kemudian akan memberikan penilaian. Penilaian akan diberikan berdasarkan rasa dari produknya. Selain itu, testimoni diminta sebagai masukan untuk pengembangan produk kedepannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi permasalahan dan solusinya

Melalui pengamatan dan wawancara bersama Bapak Edy Kuswiyono selaku ketua Kelompok Tani Swa Tani, terungkap beberapa permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tersebut. Menurut Pak Edy, kegiatan pertanian di kelompok ini mengalami kebangkitan setelah penurunan selama pandemi COVID-19. Sejak pandemi, penjualan singkong menurun karena kurang diminati di pasar. Akibatnya, banyak petani meninggalkan pertanian singkong dan lahan terbengkalai. Saat ini, penjualan singkong telah meningkat, dan petani di kelompok ini mampu memproduksi sekitar 2 ton per hari, dengan harga jual Rp. 8.000 per kg. Masalah pokok yang dihadapi oleh kelompok Tani Swa Tani adalah penjualan langsung hasil panen kepada tengkulak atau melalui penitipan di kios-kios terdekat. Upaya lain telah dilakukan, seperti mengubah hasil panen menjadi menjadi produk olahan dilakukan secara sambilan dan penjualannya hanya dilakukan di kios atau melalui grup WA.

Salah satu konsep untuk meningkatkan nilai ekonomis dari hasil panen adalah dengan menghasilkan berbagai produk olahan atau camilan. Contoh produk olahan yang umum ditemui dan disukai oleh berbagai kalangan usia adalah stik tela-tela singkong. Stik tela-tela ini memberikan sensasi renyah, kering, dan lezat dengan berbagai varian rasa seperti ayam, keju, dan balado (Jannah, 2021). Pengembangan produk olahan stik ini akan menjadi salah satu program dalam kegiatan masyarakat sebagai solusi permasalahan.

3.2 Praktek Pembuatan Produk Olahan Hasil Panen

Untuk proses produksi, awalnya direncanakan menggunakan singkong sebagai bahan utama. Namun, kelompok Swa Tani juga menyediakan keladi dan pisang muda sebagai alternatif. Keladi dianggap kurang populer dan tergolong asing, serta memerlukan proses tambahan untuk menghilangkan rasa gatal yang mungkin timbul selama pengolahan. Selain itu, pengolahan pisang dijadikan pilihan inovatif oleh warga, karena jenis pisang ini kurang diminati di pasaran. Akibatnya, bahan baku utama untuk pembuatan stik menjadi tiga jenis yaitu singkong, keladi, dan pisang mentah.

Adapun bahan lain yang diperlukan meliputi tepung maizena, air mineral, dan bubuk perasa. Untuk kelancaran proses produksi, diperlukan beberapa alat seperti kompor, wajan, spatula, baskom, toples, dan kertas. Keseluruhan bahan dan peralatan ini menjadi komponen integral dalam menghasilkan stik yang memiliki keunikan dan cita rasa yang diharapkan oleh kelompok tersebut.



(a)



(b)

Gambar 1. (a) Proses Pemotongan Bahan Baku (b) Proses Pencampuran Bahan Baku Dan Maizena

Tahapan pembuatan stik dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut: pertama, kulit bahan baku diupas, kemudian bahan bakunya dicuci hingga bersih. Untuk singkong, langkah berikutnya adalah merebusnya hingga setengah matang, lalu dipotong menjadi stik seperti pada Gambar 1(a). Sementara itu, untuk keladi, langkah khususnya adalah merendamnya dalam air yang ditaburi garam untuk menghindari rasa gatal.



Gambar 2. Proses Penggorengan

Selanjutnya, stik-stik tersebut ditempatkan di dalam wadah yang berisi adonan tepung maizena seperti yang terlihat pada Gambar 1(b). Setelah itu, stik dimasukkan ke dalam minyak panas dan digoreng hingga mencapai tingkat kematangan yang diinginkan seperti pada Gambar 2. Setelah digoreng, stik ditiriskan, didinginkan, dan kemudian dicampur dengan bubuk bumbu perasa sesuai selera sambil diaduk rata. Terakhir, stik-stik tersebut diatur dengan rapi dalam kemasan yang telah disediakan, siap untuk dinikmati oleh konsumen. Proses ini memastikan bahwa setiap stik memiliki cita rasa yang unik dan kualitas yang optimal.

3.3 Pelatihan Pemasaran Produk

Materi yang disajikan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya strategi pemasaran, serta metode pemasaran yang sederhana namun efektif. Pemasaran tidak hanya sekadar menciptakan kesadaran konsumen terhadap keberadaan produk, melainkan juga untuk memotivasi mereka agar tertarik dan akhirnya melakukan pembelian. Langkah selanjutnya adalah menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen sehingga mereka menjadi pelanggan setia yang secara berulang kali memilih produk dari produsen tersebut. Proses pemaparan materi ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pemberian Materi Pemasaran Produk

Dalam konteks produk tertentu, pemateri menyampaikan informasi terperinci mengenai elemen-elemen kritis seperti kemasan, nama produk, deskripsi produk, dan persyaratan perizinan. Keterangan produk mencakup jenis produk yang diproduksi, komposisinya, identitas produsen, dan aspek lainnya yang relevan. Sementara itu, perizinan yang dibahas mencakup berbagai aspek, seperti P.IRT, BPOM, sertifikasi halal, dan perizinan lainnya yang diperlukan sesuai dengan jenis produk yang dipasarkan.

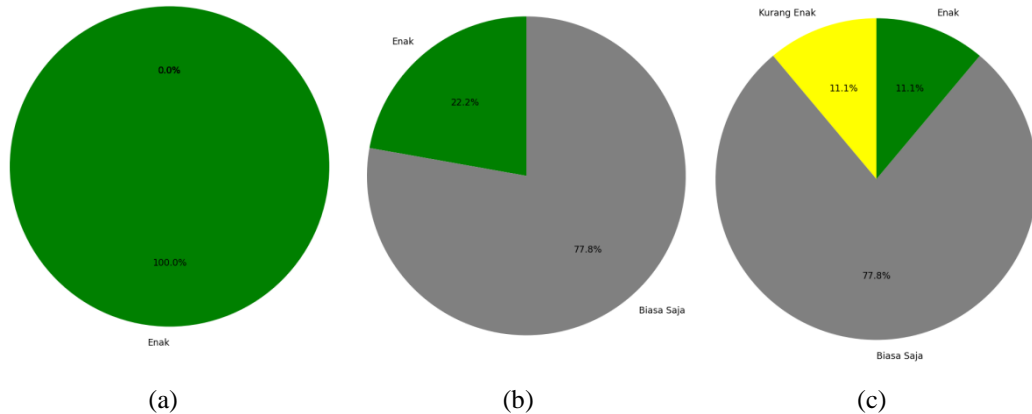
Dengan demikian, pemahaman yang komprehensif terhadap pemasaran dan aspek-aspek terkaitnya, seperti presentasi produk yang menarik dan pemenuhan persyaratan perizinan, menjadi kunci kesuksesan dalam menjalankan bisnis. Materi ini tidak hanya membekali peserta dengan pengetahuan konseptual, tetapi juga memberikan wawasan praktis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di pasar yang kompetitif.

Pemasaran produk dapat dilakukan melalui berbagai strategi komunikasi yang melibatkan berbagai media. Beberapa metode yang umum digunakan mencakup iklan, brosur, obrolan, poster, dan pemanfaatan media sosial. Media sosial, sebagai contoh, memberikan peluang luas untuk mencapai khalayak yang lebih besar. Platform seperti Facebook, Instagram, dan grup WhatsApp menjadi saluran efektif untuk menghubungkan produsen dengan konsumen potensial. Melalui pemasaran di media sosial, produsen dapat memanfaatkan daya tarik visual, konten menarik, dan interaksi langsung dengan audiens, membangun hubungan yang lebih dekat dan terpersonal. Dengan memahami berbagai strategi pemasaran yang tersedia, kelompok tani Swa Tani sebagai produsen dapat menciptakan kampanye yang terintegrasi dan efektif, mencapai tujuan pemasaran mereka dengan lebih efisien.

3.4 Evaluasi Hasil Produksi

Setelah membuat produk olahan berupa stik, langkah berikutnya adalah memasuki tahap evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan memberikan penilaian terhadap ketiga jenis stik yang telah dibuat, yakni stik singkong, stik keladi, dan stik pisang. Proses penilaian berupa pemberian rating atau tingkatan berdasarkan rasa. Rating berdasarkan rasa berada pada rentang angka 1 hingga 5.

Skala penilaian tersebut menjelaskan bahwa angka 1 berarti tidak enak, 2 kurang enak, 3 biasa saja, 4 enak, dan 5 sangat enak.



Gambar 4. Penilaian Berdasarkan Rasa Pada Stik (a) Stik Singkong (b) Stik Keladi (c) Stik Pisang

Hasil penilaian produk olahan menjadi stik berdasarkan rasa dapat dilihat pada Gambar 4. Survei ini ditujukan kepada remaja berusia 20 hingga 21 tahun sebagai pemilih. Berdasarkan hasil penilaian pada Gambar 4(a), stik singkong mendapat penerimaan yang sangat positif, dengan 100% responden memberikan kategori enak. Sebaliknya, stik keladi mendapat respon yang beragam. Gambar 4(b) menunjukkan 22,2% responden menganggap stik keladi sebagai camilan yang enak, sementara 77,8% memilih kategori biasa saja.

Stik pisang menempati peringkat terakhir dalam penilaian responden. Berdasarkan Gambar 4(c), sebanyak 11,1% responden menilai stik pisang kurang enak, 77,8% menganggapnya biasa saja, dan hanya 11,1% yang memberikan apresiasi dengan kategori enak. Beberapa masukan berharga dari responden telah dihimpun, di antaranya adalah bahwa stik pisang kurang cocok jika diberi bubuk perasa rasa balado.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilakukan dengan menghasilkan produk olahan dan juga pemahaman materi tentang pentingnya pemasaran dan bagaimana cara memasarkan produknya. Meskipun data menunjukkan variasi dalam preferensi terhadap stik dari ketiga bahan baku tersebut, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa selera makanan bersifat subjektif. Evaluasi ini memberikan gambaran bahwa stik singkong mendominasi dalam pilihan konsumen, sementara stik keladi memerlukan penyesuaian lebih lanjut, dan stik pisang perlu diperhatikan aspek perasa tambahan.

REFERENCES

- Agus Basuki, *Gapoktan Harus Kembangkan Banyak Usaha* (no date) *Tabloid Sinar Tani*. Available at: <https://tabloidsinartani.com/detail/indeks/kabar-penas-ktna-xv-2017/3826-agus-basuki-gapoktan-harus-kembangkan-banyak-usaha> (Accessed: 12 March 2023).
- BPS Kota Balikpapan (no date a). Available at: <https://balikpapankota.bps.go.id/subject/53/tanaman-pangan.html#subjekViewTab1> (Accessed: 12 March 2023).
- BPS Kota Balikpapan (no date b). Available at: <https://balikpapankota.bps.go.id/indicator/53/59/1/produksi-padi-dan-palawija.html> (Accessed: 12 March 2023).
- BPS Kota Balikpapan (no date c). Available at: <https://balikpapankota.bps.go.id/indicator/53/83/1/produksi-padi-dan-palawija-menurut-kecamatan.html> (Accessed: 12 March 2023).
- Itk. (2022) 'PENINGKATAN EKONOMI WARGA RT. 19 KELURAHAN KARANG JOANG MELALUI PENGOLAHAN DAN BRANDING PRODUK OLAHAN SINGKONG – Institut Teknologi Kalimantan', 13 December. Available at: <https://itk.ac.id/peningkatan-ekonomi-warga-rt-19->

- kelurahan-karang-joang-melalui-pengolahan-dan-branding-produk-olahan-singkong/ (Accessed: 12 March 2023).
- Jannah, M. (2021) 'Laporan SKB Queen Tela-Tela'. OSF Preprints. Available at: <https://doi.org/10.31219/osf.io/jzw8x>.
- LPPM ITK (no date). *Mahasiswa ITK Membuat Inovasi Peluang Bisnis Food and Beverage Berbahan Dasar Singkong*. Available at: <https://lppm.itk.ac.id/detail-berita/mahasiswa-itk-membuat-inovasi-peluang-bisnis-food-and-beverage-berbahan-dasar-singkong> (Accessed: 23 November 2023).
- LPPM ITK (no date). *Melalui Program KKN ITK, Pemberian Kemasan dan Label Tape Singkong dari Kelompok Gapoktan Tani Makmur sebagai Pengembangan Pemasaran Produk*. Available at: <https://lppm.itk.ac.id/detail-berita/melalui-program-kkn-itk-pemberian-kemasan-dan-label-tape-singkong-dari-kelompok-gapoktan-tani-makmur-sebagai-pengembangan-pemasaran-produk> (Accessed: 12 March 2023).
- LPPM ITK (no date). *Pelatihan Product Branding Dan Digital Marketing Manisan Salak*. Available at: <https://lppm.itk.ac.id/detail-berita/pelatihan-product-branding-dan-digital-marketing-manisan-salak> (Accessed: 23 November 2023).
- Putri, A.P. *et al.* (2019) "'21 POINTS" (PUSAT OLEH-OLEH INOVASI TERPADU SALAK) : PROGRAM PENINGKATAN NILAI JUAL DAN VARIASI PRODUK BUAH SALAK DI KM 21 BALIKPAPAN', *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 1(1), pp. 1–7. Available at: <https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.455>.
- Putri, A.P., Pontoh, A.N. and Wahab, M.F. (2022) 'PEMBERDAYAAN MASYARAKAT TERDAMPAK COVID-19 MELALUI PENINGKATAN NILAI EKONOMI TANAMAN SINGKONG MENJADI TEPUNG MOCAF PADA KELOMPOK WANITA TANI GIRI MULYO RT.25, KELURAHAN KARANG JOANG, BALIKPAPAN', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 3(1), pp. 15–21. Available at: <https://doi.org/10.35718/pikat.v3i1.651>.
- Rachmat, M. (2016) 'Potensi lahan pertanian bagi pengembangan palawija di Lampung', *Forum penelitian Agro Ekonomi*, 5(1–2), p. 31. Available at: <https://doi.org/10.21082/fae.v5n1-2.1987.31-37>.