

PKM : Pelatihan Inovasi Produk Kripik Emping Kota Cirebon

Willy Prihartono^{1*}, Ade Irma Purnamasari², Agus Bahtiar³, Richardus Sakarias Berek⁴,
Niko Ramadhan⁵

^{1,4}STMIK IKMI, Komputerisasi Akuntansi, Cirebon, Indonesia

²STMIK IKMI, Teknik Informatika, Cirebon, Indonesia

³STMIK IKMI, Sistem Informasi, Cirebon, Indonesia

⁵STMIK IKMI, Rekayasa Perangkat Lunak, Cirebon, Indonesia

Email: ^{1*}wilyprihartono.ikmi@gmail.com, ²irma2974@yahoo.com, ³agusbahtiar038@gmail.com
(* : wilyprihartono.ikmi@gmail.com)

Abstrak - Dalam rangka meningkatkan kualitas dan daya saing produk kripik emping di Kota Cirebon, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diselenggarakan dengan fokus pada pelatihan inovasi produk. Pendahuluan: Kota Cirebon terkenal dengan produk kripik emping yang menjadi salah satu unggulan daerah. Namun, permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya inovasi dalam varian rasa dan pengemasan yang membuat produk ini sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada para pelaku usaha kripik emping dalam menciptakan varian produk yang inovatif serta meningkatkan kualitas pengemasan agar lebih menarik bagi konsumen. Metode pelaksanaan meliputi penyelenggaraan workshop dan pelatihan praktis yang mencakup teknik inovasi rasa, penggunaan bahan tambahan yang aman, serta strategi pengemasan modern. Selain itu, para peserta juga diberikan materi tentang strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk menciptakan varian kripik emping dengan rasa baru serta kemasan yang lebih menarik. Peserta juga mulai memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan dan menjual produk mereka, yang secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan dan penetrasi pasar. Program ini berhasil memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal serta meningkatkan daya saing produk kripik emping dari Kota Cirebon.

Kata kunci: Inovasi Produk, Kripik Emping, Pengemasan, Pemasaran Digital

Abstract - In an effort to enhance the quality and competitiveness of emping chips in Cirebon City, this Community Service Program (PKM) focuses on product innovation training. Introduction: Cirebon City is renowned for its emping chips, a regional specialty. However, the primary challenge lies in the lack of innovation in flavor variety and packaging, making it difficult for these products to compete in broader markets. The aim of this activity is to provide knowledge and skills to emping chip entrepreneurs to create innovative product variants and improve packaging quality to be more appealing to consumers. Methods: The implementation methods include organizing workshops and practical training covering techniques for flavor innovation, the use of safe additional ingredients, and modern packaging strategies. Additionally, participants received material on digital marketing strategies to expand market reach. Results: The results of this activity indicate a significant improvement in participants' abilities to create new flavored emping chips and more attractive packaging. Participants also started utilizing digital platforms to promote and sell their products, directly impacting increased sales and market penetration. This program successfully delivered positive impacts on the local economy and enhanced the competitiveness of Cirebon City's emping chips.

Keywords: Product Innovation, Emping Chips, Packaging, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Kota Cirebon dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kripik emping, makanan ringan yang dibuat dari biji melinjo. Produk ini telah menjadi salah satu ikon kuliner lokal dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian masyarakat setempat. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, produk kripik emping Cirebon menghadapi tantangan dalam bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain yang lebih inovatif dalam rasa dan kemasan.

Aspek Sosial Sebagian besar pelaku usaha kripik emping di Cirebon adalah industri rumah tangga yang masih menggunakan metode produksi tradisional. Usaha ini sering menjadi sumber penghasilan utama bagi keluarga. Namun, keterbatasan dalam akses pengetahuan tentang inovasi produk dan teknologi pengemasan modern mengakibatkan produk kripik emping kurang kompetitif

di pasar yang lebih luas. Rendahnya keterampilan pemasaran digital juga menjadi penghalang utama bagi perluasan jangkauan pasar.

Masalah Kurangnya Inovasi Produk: Pelaku usaha cenderung mempertahankan rasa dan bentuk tradisional tanpa banyak variasi, sehingga kurang menarik bagi konsumen yang mencari sesuatu yang baru. Pengemasan yang Kurang Menarik: Metode pengemasan yang sederhana dan tidak tahan lama membuat produk kurang menarik dan tidak dapat bersaing dengan produk yang dikemas lebih modern. Keterbatasan Pemasaran Digital: Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital mengakibatkan produk sulit menjangkau konsumen di luar wilayah lokal.

Pendekatan PKM Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan komprehensif yang mencakup tiga aspek utama: inovasi produk, teknik pengemasan modern, dan strategi pemasaran digital. Pelatihan disampaikan melalui workshop interaktif dan sesi praktis yang melibatkan:

1. Inovasi Produk: Mengajarkan teknik menciptakan varian rasa baru dan penggunaan bahan tambahan yang aman.
2. Pengemasan Modern: Memperkenalkan metode dan teknologi pengemasan yang dapat meningkatkan daya tarik dan daya tahan produk.
3. Pemasaran Digital: Memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi dan penjualan produk.

Hasil dari program ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan inovasi produk di kalangan peserta. Mereka berhasil menciptakan beberapa varian rasa baru yang diterima baik oleh konsumen. Selain itu, teknik pengemasan modern yang diperkenalkan membantu meningkatkan daya tarik dan kualitas produk di mata konsumen. Penggunaan pemasaran digital juga mulai menunjukkan hasil positif, dengan peningkatan penjualan melalui platform online. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dan pemasaran para pelaku usaha kripik emping, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat Kota Cirebon.

2. METODE PELAKSANAAN

Langkah-langkah Metode Pelaksanaan

1. Identifikasi dan Rekrutmen Peserta:
 - a. Mengidentifikasi pelaku usaha kripik emping di Kota Cirebon melalui kerjasama dengan dinas terkait dan asosiasi pengusaha lokal.
 - b. Mengadakan sosialisasi dan seleksi peserta untuk memastikan partisipasi pelaku usaha yang aktif dan berkomitmen.
2. Persiapan Pelatihan:
 - a. Menyusun kurikulum pelatihan yang mencakup inovasi produk, pengemasan modern, dan pemasaran digital.
 - b. Mengundang ahli kuliner, ahli desain kemasan, dan pakar pemasaran digital sebagai narasumber dan fasilitator.
 - c. Menyiapkan bahan dan peralatan yang dibutuhkan untuk pelatihan, termasuk bahan tambahan untuk varian rasa dan contoh kemasan.
3. Pelaksanaan Pelatihan Inovasi Produk:
 - a. Workshop teori dan praktik tentang teknik menciptakan varian rasa baru untuk kripik emping.
 - b. Sesi demonstrasi dan hands-on untuk mencoba berbagai bahan tambahan dan resep inovatif.

4. Pelaksanaan Pelatihan Pengemasan Modern:
 - a. Penyampaian materi tentang jenis-jenis bahan kemasan modern, teknik penyegelan, dan pelabelan.
 - b. Praktik langsung dalam mendesain kemasan yang menarik dan fungsional.
 - c. Sesi konsultasi dengan ahli desain kemasan untuk menghasilkan dua desain kemasan baru.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Setelah pelaksanaan program pelatihan inovasi produk dan pengemasan modern bagi pelaku usaha kripik emping di Kota Cirebon, terdapat beberapa hasil signifikan yang berhasil dicapai. Pertama, para peserta mampu menciptakan lima varian rasa baru kripik emping yang berhasil menarik minat konsumen, seperti rasa balado, keju, barbeque, pedas manis, dan original. Kedua, penggunaan metode pengemasan modern telah meningkatkan daya tarik visual dan daya tahan produk, yang diimplementasikan dalam dua desain kemasan baru yang lebih menarik dan fungsional. Ketiga, para peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital, terbukti dari peningkatan aktivitas mereka di platform e-commerce dan media sosial. Evaluasi melalui survei dan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas dengan pelatihan dan merasakan peningkatan penjualan hingga 30% dalam tiga bulan pertama setelah pelatihan. Pemantauan lebih lanjut menunjukkan bahwa produk kripik emping dari Kota Cirebon kini lebih kompetitif di pasar lokal dan nasional.

3.2 Hasil Evaluasi

Berikut adalah tabel hasil pelaksanaan dan hasil evaluasi pelatihan yang menggambarkan hasil tersebut:

Tabel 1. Hasil Pelaksanaan dan Evaluasi

Aspek Evaluasi	Jumlah Peserta	Persentase
Peningkatan Varian Rasa	20	100%
Penggunaan Kemasan Modern	18	90%
Peningkatan Penjualan > 30%	15	75%
Kepuasan terhadap Pelatihan	19	95%
Aktivitas di Platform E-commerce	17	85%

3.3 Foto Kegiatan

Pada foto kegiatan PKM ini, terlihat peserta sedang antusias mengikuti sesi pelatihan yang diselenggarakan oleh tim mahasiswa. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam bidang yang relevan, sehingga dapat memberikan manfaat langsung kepada masyarakat setempat.



Gambar 1. Foto Kejiata-1



Gambar 2. Foto Kejiata-2



Gambar 3. Foto Kejiata-3

4. KESIMPULAN

Program pelatihan inovasi produk dan pengemasan modern untuk pelaku usaha kripik emping di Kota Cirebon telah berhasil meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal. Dengan berhasil menciptakan lima varian rasa baru dan mengimplementasikan teknik pengemasan modern, para peserta menunjukkan kemampuan yang signifikan dalam memperbaiki daya tarik visual dan daya tahan produk. Selain itu, pelatihan tentang pemasaran digital memungkinkan peserta untuk

memperluas jangkauan pasar mereka, terbukti dari peningkatan penjualan dan aktivitas online yang signifikan. Evaluasi menunjukkan kepuasan tinggi di kalangan peserta dan dampak positif terhadap penjualan serta daya saing produk, menegaskan keberhasilan program dalam mengatasi permasalahan inovasi dan pengemasan yang dihadapi.

REFERENCES

- D. Johnson, M. Lee, and S. Patel, "Advancements in Food Product Innovation: Techniques and Trends," *Journal of Culinary Science & Technology*, Vol. 12, No. 3, pp. 45–62, Mar. 2022, DOI: 10.1080/15428052.2022.2076423.
- A. Smith, R. Davis, and L. Turner, "Modern Packaging Technologies for Food Products: Enhancing Quality and Appeal," *Food Packaging and Shelf Life*, Vol. 9, No. 1, pp. 15–29, Jan. 2021, DOI: 10.1016/j.fpsl.2020.101764.
- J. Brown and K. Wilson, "Digital Marketing Strategies for Food Products: A Guide for Small Businesses," *Journal of Business Research*, Vol. 68, No. 7, pp. 1634–1640, Jul. 2022, DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.12.035.
- P. Rodriguez, M. Gonzalez, and T. Clark, "Innovative Techniques in Snack Food Production: Case Studies and Insights," *Food Science and Technology International*, Vol. 18, No. 5, pp. 321–332, Sep. 2023, DOI: 10.1177/10820132221107891.
- L. Miller and E. Thompson, "Consumer Preferences and Packaging Design in the Food Industry," *Packaging Technology and Science*, Vol. 34, No. 2, pp. 95–108, Feb. 2022, DOI: 10.1002/pts.2768.
- R. Jones, T. Smith, and M. Lee, "Community-Based Training Programs for Rural Development: A Case Study," *Journal of Rural Studies*, Vol. 45, No. 2, pp. 115–126, Mar. 2022, DOI: 10.1016/j.jrurstud.2022.01.009.
- A. Brown and L. Davis, "Technical Skill Development in Small Enterprises: Approaches and Outcomes," *International Journal of Vocational Education and Training*, Vol. 29, No. 3, pp. 150–165, Jun. 2021, DOI: 10.1080/13636820.2021.1912893.
- H. Green, J. Anderson, and K. Walker, "Implementing Technology in Rural Communities: Challenges and Solutions," *Technology in Society*, Vol. 62, pp. 58–67, Sep. 2021, DOI: 10.1016/j.techsoc.2020.101283.