

INOVASI & DIGITALISASI UMKM KERIPIK TETTE DI DESA TARO'AN PAMEKASAN MADURA

Melly dwi S¹, Aisyatur Rohmah², Uzlifatul Jannah³, Riska Sofia⁴, Amelia Putri liana⁵, Siti Holifah⁶
Universitas islam Madura
kkntdesataroan@gmail.com

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mempunyai peran yang krusial dalam perekonomian Indonesia, namun sering menghadapi tantangan dalam permodalan. Penelitian ini berfokus pada UMKM Keripik Tette di Desa Taro'an, Pamekasan, Madura, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi akses permodalan dan menawarkan solusi inovatif untuk meningkatkan daya saing produk. Permasalahan utama yang diidentifikasi meliputi kemasan keripik yang kurang menarik, absennya label stiker, kurangnya perizinan NIB, dan tidak adanya pemasaran digital. Sebagai solusi, dilakukan redesign kemasan menggunakan Standing Pouch, pembuatan label stiker baru, pengurusan perizinan NIB, serta pembuatan akun media sosial Instagram untuk pemasaran digital. Hasil dari program pemberdayaan masyarakat ini mencakup kemasan baru dengan label yang lebih menarik dan perizinan NIB yang telah diperoleh. Harga jual keripik Tette mentah meningkat menjadi Rp.12.000,- dari Rp.10.000,- 100/pcs, sedangkan keripik yang telah diolah dihargai Rp.5.000,- per bungkus berisi 30 pcs dengan varian rasa baru. Produk ini kini tidak hanya dijual secara tradisional tetapi juga melalui akun Instagram dan di pusat oleh-oleh Pamekasan, memperkenalkan inovasi oleh-oleh baru ke pasar lokal. Kegiatan ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan UMKM di Indonesia.

Kata Kunci: UMKM, Keripik Tette, Inovasi Kemasan, Label stiker, Pemasaran digital, Perizinan NIB

1. PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berfokus pada UMKM Keripik Tette di Desa Taro'an, Pamekasan, Madura, yang menghadapi berbagai tantangan dalam hal kemasan produk, perizinan, serta pemasaran digital. Keripik Tette merupakan makanan ringan berjenis keripik yang terbuat dari singkong, yang diolah dan dibentuk menjadi gepeng melalui proses kuno/tradisional dengan cara ditumbuk menggunakan batu yang telah disterilkan (Syarif, 2020). Meskipun produk ini menjadi salah satu komoditas unggulan desa, potensi pasar yang dimilikinya belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Kemasan produk yang kurang menarik, ketiadaan label stiker, serta belum adanya perizinan resmi seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), telah menghambat daya saing produk ini. Selain itu, pemasaran digital yang belum sepenuhnya dimanfaatkan, seperti tidak adanya akun media sosial Instagram, membatasi jangkauan pasar.

Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi produk UMKM. Melalui

media sosial, informasi mengenai produk dapat disebarluaskan secara luas kepada masyarakat, sehingga mampu menarik minat pembeli. Media sosial digunakan oleh masyarakat untuk berbagai aktivitas, mulai dari hiburan, menjalankan bisnis, mencari informasi, hingga aktivitas lainnya. Dengan demikian, pemasaran melalui media sosial akan memengaruhi faktor eksternal yang membentuk persepsi konsumen terhadap sebuah produk, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada minat beli konsumen (Augustinah Fendianty, 2019).

Packaging merupakan salah satu aspek penting dalam desain komunikasi visual yang memiliki banyak persyaratan khusus karena fungsinya yang langsung terhubung dengan pelanggan (Oktaria et al., 2023). Persyaratan ini meliputi aspek teknis, kreativitas, komunikasi, dan pemasaran, yang semuanya harus diterjemahkan ke dalam bahasa visual. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi akses permodalan dan daya saing UMKM Keripik Tette, serta merumuskan solusi inovatif guna meningkatkan performa bisnis. Salah satu solusi yang diusulkan adalah perbaikan

kemasan produk dengan menggunakan Standing Pouch yang lebih menarik, serta pembuatan label stiker, pengurusan perizinan NIB, dan digitalisasi pemasaran melalui platform Instagram. Diharapkan dengan inovasi-inovasi ini, UMKM Keripik Tette tidak hanya mampu meningkatkan daya tarik produk tetapi juga memperluas jangkauan pasarnya, baik secara lokal maupun digital.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan UMKM di Indonesia, khususnya dalam meningkatkan akses permodalan dan efektivitas pemasaran.

2. METODE PENGABDIAN

Program pengabdian ini dilaksanakan selama 30 hari, mulai dari 17 Juli 2024 sampai 17 Agustus, di Desa Taro'an, Kecamatan Tlanakan, Pamekasan. Program ini didasari oleh hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa tingkat inovasi dan kreativitas masyarakat dalam mengembangkan usaha masih relatif rendah. Oleh sebab itu, program pengabdian berjudul "Inovasi & Digitalisasi UMKM Keripik Tette" ini dirancang untuk memberikan dampak positif pada usaha-usaha lokal.

Pendekatan yang digunakan dalam program ini adalah pendekatan kualitatif, yang melibatkan teknik wawancara, observasi langsung, serta sosialisasi kepada pelaku UMKM Keripik Tette. Salah satu bagian terpenting dari strategi ini adalah pelatihan yang diberikan kepada mitra, yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam mendesain atau mengembangkan desain produk keripik singkong yang sudah ada. Selain itu, pelatihan ini juga mencakup pengembangan varian rasa yang lebih menarik agar produk lebih diminati oleh masyarakat. (Yuiana Trisanti et al., 2023)

Program Sosialisasi yang kami laksanakan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pengaruh median sosial media terhadap minat beli konsumen. Melalui pemantauan berkelanjutan dan pengumpulan data primer dari lapangan kami berupaya untuk mengukur efektivitas program ini, data yang diperoleh baik dari pelaku UMKM maupun pemerintah desa setempat, dianalisis secara komprehensif untuk menilai sejauh mana program ini telah berhasil mengubah persepsi dan perilaku pelaku UMKM

dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran.

Program-program pemberdayaan ekonomi yang terbukti efektif akan dilanjutkan secara mandiri oleh masyarakat, memastikan keberlanjutan manfaat bagi UMKM Keripik Tette dan masyarakat Desa Taro'an secara menyeluruh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami telah melakukan redesign kemasan "Keripik Tette" dengan tampilan yang lebih modern dan menarik, menggunakan Standing Pouch (Seal Biasa) untuk mengemas keripik tette per 100 keping. Selain itu, kami juga merancang label stiker baru untuk memperkuat identitas produk. Kemasan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli keripik tette, sehingga menjadi prioritas untuk disampaikan kepada para pelaku usaha keripik tette (Frisco & Putro, 2023).

Program kerja ini kami laksanakan di desa Taro'an Kec. Tlanakan, Pamekasan, Jawa Timur yang bertujuan untuk menarik lebih banyak konsumen. Selanjutnya pelaksanaan kegiatan pelatihan digitalisasi dimana pada saat ini masyarakat juga harus memanfaatkan sosial media dalam hal pemasaran online yakni melalui platform Instagram. Setelah itu, dilaksanakan kegiatan sosialisasi sekaligus mengurus perizinan NIB untuk produk Keripik Tette agar lebih mudah berkembang kedepannya. Dengan adanya NIB dapat membantu pelaku usaha krepek Tette dalam mengajukan izin usaha dan izin operasional (Maesaroh et al., 2023). adapun beberapa tahapan-tahapan yang telah dilakukan .

Tahapan persiapan, pada tahap ini kegiatan meliputi wawancara serta pendekatan terhadap pelaku usaha Keripik Tette yang nantinya akan dilakukan sosialisasi. Sebelum memulai kegiatan tahap persiapan, hal yang dilakukan yaitu menyediakan semua bahan dan membeli alat yang diperlukan. Menggunakan bahan berupa singkong serta alat-alat seperti standing pouch (seal biasa) berukuran 20x29x0,12, timbangan, dan lain-lain, program ini juga mencakup pembuatan desain untuk label stiker kemasan garam dengan

menggunakan aplikasi Canva dengan ukuran 10x10. Setelah label stiker selesai dibuat, label stiker dicetak di tempat percetakan menggunakan kertas stiker yang kemudian ditempelkan di depan kemasan keripik tette baru. Hasil observasi menunjukkan bahwa element gambar, warna dan bentuk packaging adalah faktor utama yang mempengaruhi pembelian oleh konsumen (Sandi, 2022).

Tahapan Eksekusi yaitu tahap pembuatan yang dimana ada 2 opsi ,keripik Tette dijual mentahan dan yang sudah digoreng ,untuk keripik Tette yang dijual mentahan kami pack/100 keping sedangkan yang sudah dimasak/digoreng dijual per/30 keping dengan inovasi beberapa varian rasa yaitu (original , balado ,pedas).

Hasil dari program pemberdayaan masyarakat ini berupa kemasan keripik tette yang menggunakan Standing Pouch (Seal biasa) serta label stiker dan perizinan NIB pada produk keripik tette kemudian digitalisasi pemasaran melalui platform instagram yang sudah kami buat ,dan untuk Harga jual keripik Tette mentah 100/pcs sebelumnya yang menggunakan plastik kresek dihargai Rp.10.000,- dengan adanya inovasi kemasan baru dengan label stiker dan sudah lulus NIB kami hargai Rp.12.000,- . sedangkan untuk keripik Tette yang sudah diolah/dimasak per/bungkus isi 30 pcs dengan beberapa varian (original ,balado dan pedas) kami hargai Rp.5000,- ,dimana target pasar tidak hanya untuk dijual secara tradisional tapi juga dilaman akun instagram dan juga di tempat pusat oleh-oleh pamekasan sehingga pamekasan memiliki inovasi oleh-oleh baru dalam terciptanya produk ini.



Gambar 1. Alat untuk menumbuk keripik Tette

Berdasarkan Gambar 1. Adalah alat untuk menumbuk keripik Tette yang akan dipipihkan menggunakan batu tumpul (lonjong bulat) dan kayu bambu tipis (set peset) sehingga memudahkan dalam pengambilan keripik Tette yang sudah pipih.



Gambar 2. Bahan Mentah Singkong yang akan diproduksi

Berdasarkan Gambar 2. Merupakan bahan mentah keripik tette yang akan diproduksi ,singkong adalah bahan utama dalam pembuatan keripik tette,pemilihan singkong juga berpengaruh terhadap kualitas keripik yang akan diproduksi ,Bu'Sum selaku mitra yang kami kunjungi memilih menggunakan singkong jawa ,karna menurut beliau perbedaan antara singkong jawa dan yang lain sangat memengaruhi tekstur dan rasa keripik tette ,sebelum diproduksi singkong terlebih dahulu dikupas dan dipotong beberapa bagian kemudian dicuci hingga bersih .



Gambar 3. Perebusan singkong mentah & pengirisan singkong yang sudah dikukus

Pada Gambar 3. Diatas singkong yang sudah dibersihkan kemudian di kukus kurang lebih 15 menit menggunakan api sedang kemudian setelah dikukus singkong yang sudah matang diiris tipis untuk memudahkan dalam penakaran dan pipihan dalam proses pembuatan keripik tette.



Gambar 4. proses penumbukan singkong menjadi keripik tette.

Berdasarkan Gambar 4. diatas adalah proses pembuatan keripik Tette yang sedang ditumbuk diatas batu dan memakai batu tumpul lalu di ambil memakai set peset dari bambu pipih agar lebih mudah diambil dari atas batu yang baru saja ditumbuk pipih.



Gambar 5. proses pengeringan/penjemuran keripik Tette.

Setelah proses penumbukan selesai lalu langsung beralih ke proses pengeringan/penjemuran Keripik Tette ,penjemuran ini dilakukan secara tradisional yang dihamper ketelampah pengeringan dan masih menggunakan bantuan sinar matahari ,penjemuran ini dilakukan selama kurang lebih 8 jam sampai keripik benar-benar kering ,kendala proses enjemuran ini pada saat musim penghujan karna pada saat itu cuaca tidak mendukung untuk membantu proses pengeringannya



Gambar 6. Keripik Tette sudah kering

Proses diatas menghasilkan krepek Tette yang renyah dan cita rasa yang khas ,keripik tette yang sudah selesai dijemur siap untuk diproduksi dan dijual kepada konsumen dan dijual per/100 keping yang dihargai Rp.10.000,-



Gambar 7. Kemasan keripik tette mentahan terbaru (Kemasan keripik tette terbaru dengan Standing Pouch (Seal biasa) yang berukuran 20x29x0,12 kg dengan Desain label stiker yang berada di depan kemasan)

Pada Gambar 7. Diatas adalah Inovasi kemasan baru keripik Tette yaitu Standing Pouch (Seal biasa) yang berukuran 20x29x0,12kg yang sudah disesuaikan dengan isi keripik Tette yang dijual per/100 kepingnya ,lalu diberi label stiker.



Gambar 8. Kemasan keripik tette

Sedangkan untuk yang di produksi masak.nya, Keripik Tette digoreng di api panas sekitar 1 menit terlebih dahulu kemudian langsung ditiriskan dan didiamkan hingga dingin ,setelah itu campurkan dengan 3 pilihan varian rasa yang sudah tersedia (Original ,Balado ,Pedas) diaduk manual hingga merata kemudian setelah itu dimasukkan kedalam kemasan per/30 keping, untuk keripik Tette yang di produksi masak tahan untuk 30 hari di suhu ruang .



Gambar 9. Pelatihan Digitalisasi bersama para mitra keripik Tette desa Taro'an

Pelatihan ini dilaksanakan kurang lebih selama 1 hari tatap muka,dengan mengundang masyarakat Taro'an Kec.Tlanakan Kab.Pamekasan.Pelatihan yang diberikan berupa pembuatan berupa pembuatan keripik Tette dengan membuat beberapa varian rasa dan kemasan yang menarik melalui pemanfaatan sistem Informasi Digital Marketing ,Media promosi produk UMKM Keripik Tette ini kami menggunakan Platform Instagram ,Membuat dan mengelola akun sosial media Instagram untuk Keripik Tette. Langkah ini termasuk

pembuatan konten yang menarik, strategi pemasaran digital, dan interaksi dengan pelanggan ig.kritetaroan.



Gambar 10. Workshop sekaligus mengurus perizinan NIB

Mengurus pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bagian dari Validitas usaha. Proses ini melibatkan pengumpulan dokumen yang diperlukan, pengisian formulir pendaftaran, dan pemantauan status pendaftaran sebelum itu kami melakukan sosialisasi perizinan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada semua pelaku usaha UMKM Keripik Tette yang berada di desa taro'an kec.tlanakan kab.pamekasan yang bertempat di balai desa taro'an.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Program pemberdayaan UMKM Keripik Tette di Desa Taro'an, Pamekasan Madura, berhasil meningkatkan daya saing produk melalui inovasi kemasan, pemasaran digital, dan perizinan usaha. Dengan melakukan desain ulang kemasan menggunakan Standing Pouch dan pembuatan label stiker, produk menjadi lebih menarik dan profesional. Selain itu, pembuatan akun Instagram sebagai sarana pemasaran digital berhasil memperluas jangkauan pasar. Harga jual produk meningkat, dan produk Keripik Tette kini tidak hanya dijual secara tradisional tetapi juga melalui platform digital dan pusat oleh-oleh Pamekasan. Program ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan UMKM lokal, memperkuat keberlanjutan bisnis, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Augustinah Fendianty, W. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai promosi makanan ringankripik singkong di kabupaten sampang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Frisco, N., & Putro, M. H. S. (2023). Analisis Dampak Buruk Penggunaan Kemasan Sekali Pakai Dalam Membungkus Makanan Bagi Mahasiswa Itera. *Suluh Abdi*, 5(1), 62. <https://doi.org/10.32502/sa.v5i1.6112>
- Maesaroh, S., Maesaroh, S., Studi, P., Hukum, I., Hukum, F., Buana, U., Karawang, P., & Usaha, P. (2023). Pentingnya Nomor Induk Bagi Keerlangsungan UMKM di Desa Kuta Ampel. *Ubpkarawang*, 2(1), 924–930. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/3703>
- Oktaria, D., Hildayanti, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. M. M. (2023). Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Kemasan Olahan Emping Singkong Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. *Community ...*, 4(4), 6987–6992. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/18582>
- Sandi, S. (2022). E-ISSN: 2798-2580 Universitas Buana Perjuangan Karawang. Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian (KNPP) Ke-2, April 2020, 1299–1309.
- Syarif, M. (2020). PRUDES PRODUK UNGGULAN DESA Strategi pengembangan produk unggulan desa kripik tette madulang kabupaten sampang. *Seminar Nasional Humaniora Dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 1(1), 313–322.
- Yuiana Trisanti, Citra Siwi Hanayanti, & Anang Faktchur Rachman. (2023). Sosialisasi Efisiensi Produksi dan Omzet Penjualan UMKM Kripik Singkong melalui Pemanfaatan Sistem Informasi Digital Marketing. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 2(1), 101–107. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v2i1.1643>