

KERIPIK KACA SEBAGAI UPAYA DIVERSIFIKASI HASIL PERTANIAN SINGKONG DI DESA BOJONG KECAMATAN CIKEMBAR

Palahudin¹, Rifaldi², Cindy Aprili Sumardi³, Rina Firdayanti⁴, Putri Aprilia Hasanah⁵,
Salsabila Sary Fauziyyah⁶, Ryan Hilman Hasyidan⁷, Tovan Okta Firdaus⁸
^{1,2,3,4,5,6,7,8}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Djuanda, Bogor, Indonesia

Email: palahudin@unida.co.id¹, rifalrifaldi1102@gmail.com², cindyaprili05@gmail.com³,
rinaaafred@gmail.com⁴, putriapriahasanah7@gmail.com⁵, salsabilasf13@gmail.com⁶,
ryanhilman14@gmail.com⁷, t.oktafirdaus23@gmail.com⁸

ABSTRACT : *Diversification of cassava agricultural products in Bojong Village, Cikembar District, through the development of glass chips is an innovative effort to increase the selling value and address the issue of low cassava prices. Glass chips, made from cassava flour through a fermentation process, offer the advantages of a crunchy and transparent texture resembling glass, along with a savory and versatile taste. The Community Service Program (PKM) involved stages of surveying, problem analysis, planning, and implementation. Socialization were provided to the community to enhance skills in making glass chips, creating attractive packaging, and utilizing digital marketing. The results of this program demonstrate that glass chips not only offer an alternative value-added product but also create new business opportunities with a higher selling price, ranging from IDR 15,000 to IDR 30,000 per ½ kg to 1 kg. With these innovations, glass chips are expected to increase market appeal.*

Keywords: *diversification, cassava, glass chips*

ABSTRAK: Diversifikasi produk pertanian singkong di Desa Bojong, Kecamatan Cikembar, melalui pengembangan keripik kaca merupakan upaya inovatif untuk meningkatkan nilai jual dan mengatasi masalah rendahnya harga singkong mentah. Keripik kaca yang terbuat dari tepung singkong dan melalui proses fermentasi ini menawarkan keunggulan tekstur yang renyah dan transparan menyerupai kaca, serta rasa gurih yang luwes. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melalui tahapan survei, analisis masalah, perencanaan, dan pelaksanaan. Sosialisasi diberikan kepada masyarakat untuk meningkatkan keterampilan dalam pembuatan keripik kaca, pembuatan kemasan yang menarik, dan pemasaran secara digital. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa keripik kaca tidak hanya memberikan alternatif produk bernilai tambah tetapi juga membuka peluang usaha baru dengan harga jual yang lebih tinggi, yaitu antara Rp 15.000 hingga Rp 30.000 per ½ kg hingga 1 kg. Dengan hal ini, keripik kaca diharapkan dapat meningkatkan daya tarik pasar.

Kata Kunci: diversifikasi, singkong, keripik kaca

PENDAHULUAN

Makanan pokok kedua masyarakat Indonesia dari dulu hingga sekarang cenderung lebih mengandalkan bahan pokok yang mengandung karbohidrat. Biasanya lebih sering didapatkan daripada tepung yang biasa diproduksi oleh pabrik-pabrik besar di Indonesia yang biasanya

terbuat dari gandum, namun ada berbagai macam jenis tepung, termasuk dalam pembahasan kali ini adalah tepung tapioka yang terbuat dari hasil gilingan umbi-umbian yang sudah dikeringkan, yaitu singkong.

Kampung Batununggul, Desa Bojong yang terletak di Kecamatan

Cikembar, Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu daerah yang dikenal dengan pertanian singkong. Singkong merupakan tanaman pangan yang penting di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Sukabumi. Di desa ini, singkong banyak dibudidayakan karena cocok dengan kondisi tanah dan iklim setempat, selain sebagai sumber pangan, singkong dapat dimanfaatkan untuk berbagai produk olahan.

Pada umumnya masyarakat di Desa Bojong biasanya menjual singkong secara langsung, dengan harga yang cukup murah, harga beli singkong dari petani mencapai Rp1.600 sedangkan harga jual ke pabrik aci di Tasikmalaya Rp1.700 hingga Rp1.800 per kilogramnya, itupun tergantung dari kondisi singkongnya (Gilang, 2024).

Oleh karena itu, pengembangan dan inovasi dilakukan tidak hanya dari segi kualitas singkong itu sendiri, tetapi juga diversifikasi produk yang disesuaikan dengan preferensi pasar yang cukup dinamis, yaitu membuka peluang usaha keripik kaca yang akan meningkatkan nilai jual produk singkong tersebut. Bahan dasar keripik kaca adalah tepung dari singkong yang biasanya melalui tahap fermentasi. Mikroba yang dihasilkan dari proses ini akan memunculkan enzim pektinolitik dan selulolitik yang dapat menghancurkan dinding sel singkong

sehingga terjadi pembebasan granula pati, singkatnya inilah proses pengambilan pati dari singkong ini.

Agar masyarakat Desa Bojong memahami dan dapat mempraktekkan pembuatan emping dengan baik, maka dilakukan sosialisasi. Sosialisasi membuat peserta bekerja lebih terampil, kompeten, dan mampu menyelesaikan pekerjaan (Karinda, Sepang, & Mintardjo, 2016). Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai pembuatan keripik kaca, pengemasan, dan pemasaran digital.

METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilaksanakan pada tanggal 17 Juli 2024 sampai dengan 19 Agustus 2024. Masyarakat Kampung Batununggul, Desa Bojong, yang berlokasi di Kecamatan Cikembar sebagai objek dalam kegiatan pembuatan keripik kaca, pengemasan, dan pemasaran secara digital. Tahapan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini, pertama tahap survei dengan melihat potensi Desa Bojong, masyarakat dan perangkat desa untuk diangkat dan dijadikan suatu program agar berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Kedua, tahap analisis masalah dimana pada proses ini diperoleh informasi mengenai profil usaha, proses produksi, proses pemasaran, dan permasalahan yang dihadapi petani

singkong di Desa Bojong. Ketiga, tahap perencanaan yang dilakukan setelah analisis, terdapat beberapa permasalahan, mulai dari harga jual yang rendah, produk yang mainstream. Perencanaan solusi untuk memperbaiki beberapa hal tersebut antara lain diversifikasi produk pada singkong menjadi keripik kaca, membuat kemasan yang menarik, mengoptimalkan dari segi *digital marketing*. Keempat, tahap pelaksanaan yang dilakukan adalah memberikan sosialisasi pembuatan Keripik kaca, membuat kemasan yang baik dengan logo yang kekinian dan menarik, serta penyuluhan mengenai pemasaran digital, sehingga masyarakat dapat menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode yang telah ditentukan, potensi dan masalah yang didapatkan dalam kegiatan ini adalah daerah Desa Bojong merupakan desa penghasil singkong yang cukup baik, namun sayangnya harga jualnya cukup rendah yaitu setiap kilogramnya sebesar Rp 1.600 - Rp 1.800. Oleh karena itu, kami melakukan diversifikasi produk singkong tersebut menjadi keripik kaca yang lezat dan menarik. Keripik merupakan salah satu jenis makanan ringan yang sangat digemari oleh sebagian

besar masyarakat Indonesia (Indardi, 2018).

Keripik kaca berbahan dasar singkong ini memiliki keunggulan utama yaitu tekstur yang sangat renyah dan transparan, menyerupai kaca, sehingga menjadikannya unik dan menarik sebagai camilan. Terbuat dari tepung tapioka berbahan dasar singkong dari Desa Bojong, produk ini kaya akan karbohidrat dan bebas gluten. Selain itu, keripik kaca singkong memiliki rasa gurih yang khas dan dapat dipadukan dengan berbagai macam bumbu, mulai dari pedas hingga manis, sehingga menjadi pilihan camilan yang fleksibel dan digemari oleh berbagai kalangan. Proses pengolahannya yang relatif sederhana juga memungkinkan untuk diproduksi dalam skala rumah tangga atau industri kecil. Produk Keripik Kaca dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Produk Keripik Kaca

Produk Keripik Kaca dikemas dan dipasarkan dengan berat $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg yang dijual dengan kisaran harga Rp

15.000,- hingga Rp 30.000,- dengan berbagai varian rasa.

Logo yang menarik merupakan elemen penting untuk menarik perhatian konsumen, namun perlu diperhatikan dari relevansi dengan informasi terkait produk. Logo yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Logo Keripik Kaca Logo Keripik Kaca (Keripca)

Logo Keripik Kaca merupakan identitas produk yang mencerminkan ciri khas dari produk ini, dengan penamaan yang sederhana dan mudah diingat sehingga lebih menarik konsumen, dengan mencantumkan nama daerah produksi yaitu Desa Bojong mempertegas asal produk Keripik Kaca ini sebagai produk lokal, dengan ilustrasi yang menarik sehingga semakin mempertegas sebagai produk makanan ringan yang lezat.

Pemasaran digital untuk keripik kaca yang diproduksi oleh masyarakat Desa Bojong, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi dapat dilakukan dengan beberapa strategi yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan produk, yaitu dengan melakukan foto produk dan pemasaran

melalui platform media sosial dan toko online, yang dapat dilakukan dengan memposting produk atau menggunakan jasa iklan media sosial. Dengan strategi pemasaran digital yang terencana, keripik kaca dari Desa Bojong dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen, meningkatkan penjualan, dan mempromosikan produk lokal ke pasar yang lebih luas.

SIMPULAN

Diversifikasi produk pertanian singkong di Desa Bojong, Kecamatan Cikembar, melalui pengembangan keripik kaca merupakan langkah strategis untuk meningkatkan nilai jual dan mengatasi masalah rendahnya harga singkong mentah. Produk ini memiliki keunggulan dari segi rasa, tekstur, dan fleksibilitas dalam penggunaan bumbu, sehingga menjadi pilihan camilan yang menarik bagi berbagai kalangan. Harga jual keripik kaca yang dipasarkan di kisaran Rp 15.000 hingga Rp 30.000 per $\frac{1}{2}$ kg hingga 1 kg menunjukkan potensi keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual singkong mentah. Oleh karena itu, inisiatif ini tidak hanya memberikan nilai tambah pada produk singkong, tetapi juga membuka peluang usaha baru bagi masyarakat Desa Bojong.

Untuk meningkatkan keberhasilan produk keripik kaca dari Desa Bojong,

penting untuk melanjutkan penelitian dan pengembangan untuk memastikan kualitas yang konsisten dan inovasi rasa yang menarik, serta mempertimbangkan variasi rasa dan kemasan yang lebih luas. Pemasaran digital harus dioptimalkan melalui media sosial dan platform e-commerce, serta investasi dalam strategi periklanan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Gilang, R. (2024, Februari Selasa). *Sempat Anjlok Karena Covid, Harga Singkong Gebang Sukabumi Berangsur Naik*. (D. Febrian, Editor) Retrieved from sukabumiupdate.com:
https://www.sukabumiupdate.com/produk/135340/sempat-anjlok-karena-covid-harga-singkong-gebang-sukabumi-berangsur-naik#google_vignette
- Indardi, I. (2018). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pembuatan Keripik Singkong Di Semuluh Kidul, Semanu, Gunung Kidul. *Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks*, 53-64. doi:<https://doi.org/10.18196/bdr.6133>
- Karinda, M., Sepang, J. L., & Mintardjo, C. (2016). Kajian Terhadap Pelatihan dan Pengembangan Karyawan Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Pelayanan bank Sulutgo Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 03, 382-393.