

ISSN : 2477-6432

Default Paragraph Font; Implementasi Manajemen Produksi pada Pengrajin Batu Bata  
*Didik Budiyanto, K. Budi Hastono, Sandra Oktavina Pinaraswati*

**Pemanfaatan Mesin Jahit *High Speed Electric* Untuk Peningkatan Industri Kreatif Rajutan (*Crochet Goods*) di Malang**  
*Rina Irawati dan Irawan Budi Prasetyo*

Pengusaha Telur Asin di Kelurahan Sisir di Kota Batu Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat  
*Muslichah dan Hedher Tuakia*

Pemberdayaan Kelompok Usaha Keripik Desa Kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang  
*Rusno, Yoyok Seby Dwanoko, Roni Alim. B. A*

PKM Usaha Mikro Camilan di Kecamatan Donomulyo Kabupaten Malang  
*Dyah Aruning Puspita dan Marli*

PKW Kecamatan Kedungkandang : Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Budidaya Penanaman Nanas  
*Eko Yuni Prihantono, Agus Suprpto, Noermijati*

Science and Technology (IPTEK) For Farmer Groups That Are Located In Critical Land In Anticipation Of Land Rupture Of Batu City  
*Hirijanto, Sudirman Indra*

Penguatan Pengelolaan UKM Batik Malangan Melalui Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Produksi dan Manajemen  
*Lies Lestari, Maf. Suprpti, Lila Khamolda*

Penerapan Manajemen Produktif Pada Usaha Krupuk Samiler  
*K. Budi Hastono, R. Ayu Erni Jusnita*

Upaya Pemanfaatan Sampah Organik Di RW 04 Kelurahan Tunjungsekar Kabupaten Malang  
*Sudiro, Chandra Dwiratna, Anis Artiyani*

Teknologi Tepat Guna Bagi Kelompok Penjual Bunga Segar  
*Sandra Oktaviana Pinaraswati dan Totok Hendarto*



## **Jurnal ABM-Mengabdi**

Jurnal ABM-Mengabdi adalah jurnal Pengabdian Masyarakat yang diterbitkan oleh LPPM STIE Malangkecewara Malang. Jurnal dengan tulisan ilmiah populer ini dimaksudkan sebagai media informasi, komunikasi dan sosialisasi hasil-hasil pengabdian masyarakat, baik yang didanai dari internal maupun eksternal. Jenis artikel yang dimuat dapat berupa: program penerapan Ipteks bagi Wilayah (IbW), Ipteks bagi Kewirausahaan (IbK), Ipteks bagi Inovasi dan Kreativitas Kampus (IbIKK), Ipteks bagi Produk Ekspor (IbPE), Ipteks bagi Masyarakat (IbM), Program Pengabdian Mandiri Internal (PPMI), artikel dan review hasil pengabdian lainnya. Jurnal ini diterbitkan satu tahun dua kali pada bulan Juli dan Desember.

### **Chief Editor**

Dr. Nunung Nurastuti Utami M.Si. ( STIE Malangkecewara Malang )

### **Dewan Editor**

Dr. Bunyamin MM., Ph.D. ( STIE Malangkecewara Malang )

Dra. Lindanty MM. ( STIE Malangkecewara Malang )

Uke Prajoga., STP., MM. ( STIE Malangkecewara Malang )

Dra. Siti Munfaqiroh ( STIE Malangkecewara Malang )

Drs. Anang Amir ( STIE Malangkecewara Malang )

### **Reviewer**

Dra. Dwi Danesti Deccasari, MM. ( STIE Malangkecewara Malang )

Dr. Darti Djuhari, MM. ( STIE Malangkecewara Malang )

Prof. Dr. Yupono Bagyo, M.Si. ( STIE Malangkecewara Malang )

Dr. Ir. Adi Sutanto, MP ( Universitas Muhammadiyah Malang )

Drs. Darsono Sigit, M.Pd ( Universitas Negeri Malang )

### **Editor Pelaksana**

Yuyuk Liana SE MM ( STIE Malangkecewara Malang )

Lidia Andiani SE MM ( STIE Malangkecewara Malang )

### **Alamat Redaksi**

LPPM STIE Malangkecewara Malang

Jl. Terusan Candi Kalasan Blimbing – Malang

Telp. 0341-491813 ext 116

E-mail : [lppm@stie-mce.ac.id](mailto:lppm@stie-mce.ac.id); [lidia@stie-mce.ac.id](mailto:lidia@stie-mce.ac.id)

## DAFTAR ISI

Volume 5

Desember 2018

Implementasi Manajemen Produksi pada Pengrajin Batu Bata <i>Didik Budiyanto, K. Budi Hastono, Sandra Oktaviana Pinaraswati</i>	1 - 11
Pemanfaatan Mesin Jahit <i>High Speed Electric</i> Untuk Peningkatan Industri Kreatif Rajutan ( <i>Crochet Goods</i> ) di Malang <i>Rina Irawati dan Irawan Budi Prasetyo</i>	12 - 24
Pengusaha Telur Asin di Kelurahan Sisir di Kota Batu Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat <i>Muslichah dan Hedher Tuakia</i>	25 - 36
Pemberdayaan Kelompok Usaha Keripik Desa Kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang <i>Rusno, Yoyok Seby Dwanoko, Roni Alim. B. A</i>	37 - 47
PKM Usaha Mikro Camilan di Kecamatan Donomulyo Kabupaten Malang <i>Dyah Aruning Puspita dan Marli</i>	48 - 58
PKW Kecamatan Kedungkandang Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Budidaya Penanaman Nanas <i>Eko Yuni Prihantono, Agus Suprpto, Noermijati</i>	59 - 69
Science and Technology (IPTEK) For Farmer Groups That Are Located In Critical Land In Anticipation Of Land Rupture Of Batu City <i>Hirijanto, Sudirman Indra</i>	70 - 82
Penguatan Pengelolaan UKM Batik Malangan Melalui Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Produksi dan Manajemen <i>Lies Lestari, Maf. Suprpti, Lila Khamolda</i>	83 - 92
Penerapan Manajemen Produktif Pada Usaha Krupuk Samiler <i>K.Budi Hastono, R. Ayu Erni Jusnita</i>	93 - 101
Upaya Pemanfaatan Sampah Organik Di RW 04 Kelurahan Tunjungsekar Kabupaten Malang <i>Sudiro, Chandra Dwiratna, Anis Artiyani</i>	102 - 110
Teknologi Tepat Guna Bagi Kelompok Penjual Bunga Segar <i>Sandra Oktaviana Pinaraswati dan Totok Hendarto</i>	111 - 122

# **Pemberdayaan Kelompok Usaha Keripik Desa Kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang**

**Rusno, Yoyok Seby Dwanoko, Roni Alim. B. A**

*Dosen Universitas Kanjuruhan*

*Jl. S. Supriadi No.48 Malang*

*E-mail: [rusno@unikama.ac.id](mailto:rusno@unikama.ac.id)*

## **Abstract:**

*Kendalpayak Village, Pakisaji Subdistrict, Malang Regency is a strategic and potential village to be made into the Central Village of Chips. There are two PKM partners in this village, namely: (1) a partner of the cassava chips group "Cap Kunci", managed by Mr. Misbachul Munir 37 years and (2) business group partners "Kripset Si Iteng", managed by Mr. Opid 45 year. In line with the increasingly tight competition of UKM, there are obstacles faced by these business groups, such as: production, marketing and financial management. The solution given to partners for aspects of production is increasing the quantity and quality of products by making tastes better and more variants. Marketing is done with online media / market expansion and packaging that follows market trends. As for financial management problems, managerial and bookkeeping are well planned. It is expected that with this PKM program, both partners can increase production, innovate chips packaging design, expand marketing networks, manage finances independently and evaluate.*

**Keywords:** *Program Kemitraan Masyarakat (PKM), Empowerment, Chips Business Group*

## **PENDAHULUAN**

### **Analisis Situasi**

Kelompok usaha kecil menengah mempunyai peran yang sangat strategis dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Usaha tersebut di Indonesia telah memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha, dan mendukung pendapatan rumah tangga (Purnama, 2011). Sampai saat ini, perkembangan usaha keripik banyak dilakukan oleh masyarakat Desa Kendalpayak, Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang. Seiring dengan ketatnya persaingan didalam dunia usaha, hanya sedikit kelompok usaha keripik yang mampu bertahan sampai sekarang. Mengingat ada kendala yang dihadapi oleh beberapa kelompok usaha seperti: produksi, pemasaran dan manajemen keuangan. Terkait dengan hal tersebut, hanya beberapa kelompok usaha yang mempunyai motivasi dan keuletan dalam usaha yang bisa mempertahankan usahanya.

Desa Kendalpayak merupakan jalur lintas utama menuju Blitar, Dampit, Lumajang, dan Malang bagian selatan. Desa ini sangat strategis dan berpotensi untuk dijadikan Desa Sentra Keripik. Di desa ini terdapat dua mitra kelompok usaha keripik yang masih eksis sampai saat ini, yakni: (1) Mitra kelompok usaha keripik Singkong “**Cap Kunci**”, yang dikelola oleh Bapak Misbachul Munir 37 tahun. (2) Mitra kelompok usaha “**Kripset Si Iteng**”, yang dikelola oleh Bapak Opid 45 tahun.

Dalam menjalankan usahanya, Bapak Munir sudah dua tahun merintis usaha keripik singkong “**Cap Kunci**” dengan dibantu oleh empat orang karyawan. Bapak Munir hanya memproduksi satu rasa keripik singkong Cap Kunci yakni rasa original, dan belum pernah mencoba memproduksi beberapa rasa keripik singkong. Selain variasi rasa, desain kemasan keripik singkong ini kurang menarik dikarenakan masih menggunakan kemasan plastik sablon. Lebih lanjut lagi, pemasaran keripik cap kunci masih dititipkan di warung-warung kecil dan belum dipasarkan di *minimarket* atau melalui media *online*. Selain itu, manajemen keuangan juga belum terencana dengan baik sehingga keuangan hasil usaha masih bercampur dengan uang belanja.

Sementara itu, Bapak Opid 45 tahun sebagai mitra kelompok usaha “**Kripset Si Iteng**”, sudah empat tahun merintis usaha ini dengan dibantu oleh lima karyawan. Kripset Si Iteng memproduksi rasa pedas dan original saja, belum banyak varian rasa. Kendala yang sering dihadapi adalah: produksi, pemasaran dan manajemen keuangan. Sementara itu, cara pengemasan masih tradisional dengan menggunakan sulut api dan desain kemasan menggunakan label kertas fotokopi. Selain produksi dan kemasan, pemasaran juga masih dititipkan di warung-warung kecil dan belum dipasarkan melalui *minimarket* dan media *online*, serta manajemen keuangan juga belum terencana dengan baik.

### **Permasalahan Mitra**

Apabila dirumuskan secara jelas yang menjadi permasalahan usaha keripik di Desa Kendalpayak sebagai berikut: (1) varian rasa dari keripik yang diproduksi masih sedikit hanya original dan pedas; (2) pengemasan yang masih tradisional dan kurang menarik dipasaran; dan (3) pemasaran yang masih skala lokal hanya di daerah sekitar lokasi produksi; serta (4) manajemen keuangan yang belum terencana dengan baik.

Solusi pemecahan masalah dan rasionalisasi kegiatan yang dilaksanakan meliputi aspek sebagai berikut:

### **Pemberdayaan Masyarakat**

Pemberdayaan masyarakat dalam program ini adalah melibatkan dari dua kelompok usaha keripik. Masyarakat dari dua kelompok usaha keripik tersebut

sebagai pelaku kegiatan bukan menjadi obyek kegiatan. Program ini merupakan kegiatan yang ditujukan untuk peningkatan sumber daya manusia dan ekonomi masyarakat kelompok usaha kripik. Program ini dilaksanakan secara bertahap sehingga peran masyarakat kelompok usaha kripik sangat penting agar pemberdayaannya tepat sasaran serta dapat dilakukan secara berlanjut oleh masyarakat sendiri. Selain itu, kedepannya bisa menjadi contoh dan motivasi masyarakat sekitar dalam usaha dan pengelolaan UKM.

### **Pengembangan Sumber Daya Manusia**

Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan target utama dalam program ini. Oleh karena itu, peningkatan SDM menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. Hal ini disebabkan karena dalam pengelolaan UKM kripik, SDM menjadi faktor utama dalam pelaksanaan program ini selain bahan baku dan penggunaan teknologi. Mengembangkan kemampuan sumber daya manusia mencakup bagaimana peningkatan kuantitas dan kualitas produksi, pengemasan, dan pemasaran serta pengelolaan manajemen keuangan.

### **Pengembangan Teknologi dan Informasi Tepat Guna**

Kemajuan teknologi dan informasi yang pesat sudah semestinya dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat. Kemajuan tersebut dapat digunakan dalam pengelolaan UKM kripik dalam hal meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi olahannya. Penggunaan teknologi dan informasi yang tepat, tentunya akan memberikan pengaruh yang positif bagi kelompok usaha kripik yaitu peningkatan kesejahteraan ekonomi pelaku UKM.

### **Pengembangan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah**

Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah harus dijalankan dengan manajemen yang benar agar usaha tetap *eksis*, lebih-lebih dapat berkembang semakin besar. Manajemen tersebut terutama dalam pengelolaan finansial dan kelembagaan. Ketika pengelolaan finansial dan kelembagaan sudah terencana dengan baik, tentunya akan berdampak pada Usaha Kecil dan Menengah yang semakin baik.

### **METODE PELAKSANAAN**

Langkah-langkah dalam kegiatan PKM ini dipaparkan sebagai berikut.

1. Kegiatan PKM kelompok usaha kripik ini dimulai dari sosialisasi dan sinkronisasi kegiatan terhadap kedua mitra, persiapan materi pelatihan, alat-alat yang diperlukan serta proses pendampingan dan evaluasi menyeluruh kepada mitra;
2. Mitra dipilih berdasarkan beberapa kriteria yaitu: (1) mitra produktif secara ekonomi; (2) mitra sekurang-kurangnya sudah dua tahun menjalankan usahanya; dan (3) mitra mempunyai motivasi untuk

berkembang; serta (4) mitra bersedia diajak kerjasama dengan Universitas Kanjuruhan Malang dalam menjalankan Program Kemitraan Masyarakat (PKM)

3. Bahan dan alat yang digunakan adalah: singkong, tepung, garam, bawang, dan bumbu tabur sebagai varian rasa. Alat yang digunakan adalah: alat pemotong singkong dan keripik tepung, alat kemas *sealer* listrik, alat penggoreng keripik dan alat pencampur/pengaduk bumbu keripik.

4. Desain alat: alat didesain sesuai dengan kebutuhan mitra dengan kinerja alat sangat efektif dan produktif.

5. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

6. Analisis data menggunakan analisis situasi, dimana mengutamakan kebutuhan yang mendesak dan segera dicarikan solusinya.

## **HASIL KEGIATAN**

Hasil kegiatan Pemberdayaan Kelompok Usaha Kripik di Desa Kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang dilaksanakan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

***Pertama:*** Sosialisasi program PKM dihadiri oleh kedua mitra dan kegiatan ini berlangsung di rumah Bapak Misbachul Munir Jl. Kendalpayak Gg. Manggis RT: 005 RW: 006 Dusun Watudakon Desa Kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang.

Tahap – tahap sosialisasi

### **1. Perencanaan**

Perencanaan program PKM membahas tentang persiapan produksi, pengemasan, dan pemasaran *online* serta manajemen keuangan hasil usaha. Pada tahap perencanaan ini bertujuan untuk mempersiapkan mitra agar mampu dan bersedia menyediakan tempat, alat dan bahan-bahan yang diperlukan pada saat pelaksanaan program PKM. Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa mitra sangat antusias dalam mengikuti sosialisasi PKM dari tim pengabdian Universitas Kanjuruhan Malang.

### **2. Pelaksanaan**

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan program PKM yang akan diawali dengan persiapan rencana strategis dalam membuat kripik yang lebih gurih enak dan lezat dengan pilihan rasa Original, Balado, keju dan Barbaque. Dengan harapan konsumen lebih banyak pilihan rasa dan tentunya menyesuaikan selera konsumen. Selanjutnya menentukan desain kemasan yang lebih menarik minat konsumen untuk membeli kripik tersebut. Karena kemasan adalah hal yang penting dalam menawarkan suatu produk, jika kemasan menarik maka juga akan menarik minat pembeli. Lebih lanjut lagi adalah pemasaran, peran *marketing* disini sangat vital karena tanpa ada

*marketing* sebagai apapun suatu produk tidak akan tersampaikan ke konsumen. Pemasaran disini ada dua yaitu: (a) pemasaran melalui media *online* dengan pembuatan *blogger* dan (b) pemasaran dititipkan langsung ke *minimarket*, toko, dan KOPMA di Universitas Kanjuruhan Malang. Tahap berikutnya adalah pelatihan manajemen usaha sesuai dengan standar UMKM

### 3. Pendampingan

Pendampingan dilakukan setiap saat oleh pengabdian mulai tahap: (a) persiapan produksi kripik; (b) pengemasan kripik; dan (c) pemasaran kripik; serta (d) manajemen keuangan hasil usaha.

### 4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah tahap akhir dari setiap proses pada nomor 3 poin a,b,c,dan d. Tujuan evaluasi ini untuk mengetahui keterlaksanaan dan ketercapaian program PKM. Pada tahap akhir, akan dilakukan analisis. Analisis bertujuan untuk membandingkan perbedaan pengetahuan, jumlah produksi, kualitas kripik dan penghasilan mitra sebelum dan sesudah adanya program PKM.

**Kedua:** Pelatihan dan pendampingan pembuatan kripik dengan pilihan rasa Original, Balado, keju dan Barbaque. Kegiatan ini, dihadiri oleh kedua mitra yaitu Bapak Misbachul Munir dan Bapak Opid. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan berlangsung di rumah Bapak Misbachul Munir Jl. Kendalpayak Gg. Manggis RT: 005 RW: 006 Dusun Watudakon Desa kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang.

Tahap-tahap pelatihan dan pendampingan pembuatan kripik dengan pilihan rasa sebagai berikut:

#### 1. Persiapan bahan dan alat

Bahan dan alat untuk membuat kripik harus terlebih dahulu disediakan. Bahan-bahan meliputi: Kripik singkong dan kripik si iteng disiapkan dalam keadaan sudah digoreng. Langkah selanjutnya diberi bumbu tabur sesuai dengan rasa-rasa yang diinginkan. Varian rasa yang ditawarkan meliputi:

**Rasa Original, Ayam Panggang, Jagung Manis, Spaghetti, Pedas Manis, Keju, Balado, BBQ dan Pedas.** Banyaknya varian rasa ini harapannya bisa memberikan pilihan rasa kepada konsumen. Selain itu, ingin meningkatkan jumlah dan kualitas produksi kripik.

#### 2. Peningkatan Produksi

Peningkatan produksi melalui penambahan beberapa varian rasa. Pada awalnya kripik singkong hanya ada satu rasa yaitu original, sekarang menjadi delapan varian rasa, yaitu: Rasa Original, Ayam Panggang, Jagung Manis, Spaghetti, pedas Manis, Keju, Balado dan BBQ. Sementara itu,

kripik Si Iteng hanya ada dua rasa yaitu rasa original dan pedas, sekarang menjadi lima varian rasa, yaitu: Rasa Original, Keju, Balado, BBQ dan Pedas.

### 3. Pengemasan Kripik

Kemasan dalam suatu produk menjadi hal yang paling penting dalam memasarkan barang. Kemasan yang menarik dan unik akan menarik minat pembeli. Berikut diuraikan kemasan kripik sebelum dan sesudah program. a) Kemasan Kripik Singkong

	
	
<p>Sebelum PKM</p>	<p>Sesudah PKM</p>
<p>Kemasan “<b>Kripik Singkong Cap Kunci</b>” sudah menggunakan <i>siler</i> tekan dan label produk menggunakan sablon plastik hijau satu warna, tentunya desain ini kurang menarik dan harus di desain ulang supaya lebih baik dan menarik.</p>	<p>Desain Kemasan “<b>Kripik Singkong Cap Kunci</b>” menggunakan <i>siler</i> anti bocor dan label produk menggunakan bahan stiker dengan desain <i>full Colour</i>, sehingga tampilan desain produknya lebih menarik dan unik.</p>

**Gambar 1. Kemasan Kripik Singkong Sebelum dan Sesudah PKM**

b) Kemasan Kripik Si Iteng



**Gambar 2. Kemasan Kripik Si Iteng Sebelum dan Sesudah PKM**

4. Pemasaran

Pemasaran Kripik Singkong dan Kripik Si Iteng dipasarkan melalui:

- a) *Minimarket* dan Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Universitas Kanjuruhan Malang.
- b) *Website* dengan pembuatan *Blogger*. Rencana selanjutnya, selain dipasarkan di beberapa *minimarket*, Kripik Singkap Cap Kunci dan Kripik Si Iteng juga dipasarkan melalui media *online*.



**Gambar 3. Kripik Singkong Cap Kunci dan Kripik Si Iteng dipasarkan di Minimarket Kopma Unikama (Sumber: Dokumentasi Tim PKM 2018)**

#### 5. Evaluasi dan Testimoni Konsumen

Setiap Konsumen yang membeli Kripik Singkong dan Kripik Si Iteng akan dimintai pendapat dan saran mengenai rasa, desain produk, dan harga. Testimoni terhadap konsumen ini bertujuan untuk memberikan masukan yang konstruktif terhadap rasa kripik, apakah sudah sesuai dengan selera konsumen atau masih perlu penyempurnaan kembali, sehingga bisa memberikan umpan balik kepada mitra. Sementara itu, desain produk apakah sudah bagus dan menarik serta layak dipasarkan bersanding produk-produk sejenisnya. Sedangkan harga juga menjadi ukuran, apakah harga yang ditawarkan terjangkau atau kemahalan.

Kripik Singkong dan Kripik Si Iteng dengan kemasan 250 gr dijual dengan harga terendah Rp. 8.000,- dan harga tertinggi Rp. 12.000,-. Jika diketahui harga tersebut menurut konsumen terlalu mahal maka nantinya kemasan diperkecil dengan *Netto* 100 gr, *Netto* 150 gr, dan *Netto* 200 gr tentunya dengan variasi harga yang lebih terjangkau.

#### 6. Pelatihan Manajemen Keuangan

Pelatihan manajemen keuangan dilakukan pada kedua mitra agar mereka dapat merencanakan keuangannya dengan baik. Sebelum PKM ini mitra masih belum mengetahui pendapatan dan pengeluaran secara pasti. Kondisi keuangannya masih campur aduk dengan keuangan untuk belanja harian. Setelah adanya PKM ini, mitra dilatih dan didampingi membuat pembukuan yang baik dan berprogram jangka panjang 1 tahun. Harapan program ini untuk mengetahui perkembangan omset dan penghasilan perbulan selama jangka waktu tertentu sesuai dengan program yang telah dicanangkan.

Harapan pengabdian, kedepannya mitra sudah mampu mengelola keuangannya dengan mandiri.

**Ketiga:** Evaluasi keberhasilan mitra dilakukan untuk mengetahui sejauh mana mitra mampu menerapkan program yang telah direncanakan oleh tim pengabdian. Evaluasi secara menyeluruh dilakukan mulai tahap:

#### 1. Produksi kripik

Sebelum PKM, kripik singkong dan kripik si iteng hanya ada rasa original, dan pedas. Setelah adanya PKM, kripik singkong dan kripik si iteng diproduksi varian rasa yang meliputi: **Rasa Original, Ayam Panggang, Jagung Manis, Spaghetti, pedas Manis, Keju, Balado, BBQ dan Pedas.**

#### 2. Teknik kemasan dan desain produk

Sebelum PKM Kemasan Kripik Singkong sudah menggunakan *siler* tekan dan label produk menggunakan sablon plastik hijau satu warna. Setelah adanya PKM Kemasan **kripik singkong** menggunakan *siler* anti bocor dan label produk menggunakan stiker dengan desain *full colour*, sehingga tampilan desain produknya lebih menarik dan unik. Hal ini bertujuan untuk menonjolkan Produk yang berkualitas dan mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis.

Sementara itu, kemasan **Kripik Si Iteng** masih menggunakan sulut api dan Label Pruduk menggunakan kertas sablon, Hal ini terkesan produk kurang berkualitas. Setelah adanya PKM kemasan **Kripik Si Iteng** menggunakan *siler* anti bocor dan label produk menggunakan stiker dengan desain *full colour*. sehingga tampilan desain produknya lebih menarik dan unik dan berkesan produnya lebih berkualitas.

#### 3. Pemasaran

Pemasaran Kripik Singkong dan Kripik Si Iteng dipasarkan melalui:

a) Minimarket dan Koperasi Mahasiswa (KOPMA) Universitas Kanjuruhan Malang. Stok barang yang tersedia di toko akan selalu dipantau untuk mengetahui minat pembeli.

b) *Website* dengan pembuatan Blogger, pemasaran melalui media online bertujuan untuk mengenalkan brand produk kepada warga net yang suka belanja online. Mitra dibantu dalam pembuatan Blooger oleh tim PKM yang ahli dibidangnya untuk mengelola Blogernya secara mandiri.

#### 4. Manajemen keuangan

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan terhadap mitra, Tim Pengabdian melakukan evaluasi terhadap program-program yang telah direncanakan selama 3-6 bulan kedepan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan omset dan pendapatan mitra tiap bulannya.

**Tabel 1. Analisis Hasil Usaha Penjualan Kripik Sebelum dan Sesudah PKM**

No	Keterangan	Sebelum PKM		Sesudah PKM	
1	Nama kelompok	<b>Kripik Singkong Cap Kunci</b>	<b>"Kripset Si Iteng"</b>	<b>Kripik Singkong Cap Kunci</b>	<b>"Kripset Si Iteng"</b>
2	Alamat	Jl. Kendalpayak Gg. Manggis RT: 005 RW: 006 Dusun Watudakon Desa kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang	Jl. Raya Segaran Gg. Dukut No. 34 RT: 004 RW: 009 Dusun Segaran Desa kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang	Jl. Kendalpayak Gg. Manggis RT: 005 RW: 006 Dusun Watudakon Desa kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang	Jl. Raya Segaran Gg. Dukut No. 34 RT: 004 RW: 009 Dusun Segaran Desa kendalpayak Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang
3	Nama Ketua	Misbachul Munir	Opid	Misbachul Munir	Opid
4	Jumlah Anggota/Karyawan	4 orang	5 orang	4	5
5	Jumlah rata-rata produksi per hari	80 kg	150 kg	100 kg (Naik 25%)	195 kg (Naik 30%)
6	Kemasan	Desain Produk masih disablon	Desain Produk masih disablon	Desain Produk menggunakan laber berbahan stiker sehingga kemasan lebih menarik	Desain Produk menggunakan laber berbahan stiker sehingga kemasan lebih menarik
7	Varian Rasa	Satu rasa original	Rasa Pedas dan original	8 Rasa	5 Rasa
8	Pemasaran	Lokal dan dititipkan di warung-warung sekitar desanya	Lokal dan dititipkan di warung-warung sekitar desanya	Bertambah pangsa pasarnya melalui minimarket dan online	Bertambah pangsa pasarnya melalui minimarket dan online
9	Rerata Omzet per Bulan	Omzet per bulan <b>Rp. 15.000.000,-</b>	Omzet per bulan <b>Rp. 17.000.000,-</b>	Omzet per bulan <b>Rp. 18.750.000,-</b>	Omzet per bulan <b>Rp. 22.100.000,-</b>
10	Rerata Pendapatan per Bulan	Pendapatan bersih per Bulan <b>Rp. 4.500.000,-</b>	Pendapatan bersih per Bulan <b>Rp. 5.500.000,-</b>	Pendapatan bersih per Bulan <b>Rp. 5.625.000,-</b>	Pendapatan bersih per Bulan <b>Rp. 7.150.000,-</b>

Sumber: Data Primer di olah selama pelaksanaan program PKM 2018

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kegiatan PKM ini terdiri dari beberapa tahap yaitu: (1) Perencanaan program, Pelaksanaan program, Pendampingan dan evaluasi; (2) Pelatihan dan pendampingan pembuatan kripik meliputi: Persiapan bahan dan Alat,

Peningkatan Produksi, Pengemasan Kripik, Pemasaran, Evaluasi dan Testimoni Konsumen dan Pelatihan Manajemen Keuangan; dan (3) Evaluasi Keberhasilan Mitra melalui: Produksi kripik, Teknik Kemasan dan Desain Produk, Pemasaran dan Manajemen keuangan.

### **Saran**

Saran-saran yang bisa diberikan antara lain: (1) Mitra diharapkan selalu mampu membuat perencanaan program, pelaksanaan program, dan mampu mengevaluasi kegiatannya sendiri dengan mandiri; (2) Mitra diharapkan mampu meningkatkan produksi, menginovasi desain kemasan kripik, memperluas jaringan pemasaran, mengelola keuangan secara mandiri dan evaluasi; (3) Mitra diharapkan mampu melakukan evaluasi keberhasilan sendiri melalui Produksi Kripik, Teknik Kemasan dan desain Produk, Pemasaran dan Manajemen Keuangan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Purnama, Husna. 2011. *Pengembangan Kemitraan Dan Pembiayaan Usaha Kecil Menengah Pada Sentra Industri Keripik Di Bandar Lampung*. Jurnal Sains dan Inovasi (online) Vol. 7(1) 18– 23. Diakses 09 Juni 2017. <https://jurnalsainsinovasi.files.wordpress.com/2013/05/3-husna-purnama2.pdf>.
- Sunarto. 2016. *Membuat Kerupuk Singkong dan Keripik Kedelai*. Bandung: Kanisius.