

**PENDAMPINGAN PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN
INDUSTRI RUMAH TANGGA KERIPIK UBI DAN PISANG
DI DESA SIDORUKUN KECAMATAN PANGKATAN KABUPATEN
LABUHANBATU**

***PRODUCTION ASSISTANCE AND MARKETING STRATEGY
SWEET POTATO AND BANANA CHIPS HOUSEHOLD INDUSTRY
IN SIDORUKUN VILLAGE, PANGKATAN DISTRICT, LABUHANBATU
REGENCY***

Sadarman Jaya Laia¹, Lelisari², Rizka Aprilyani³, Bella Risma⁴,
Noni Ritonga⁵, Putra Azhari Rambe⁶, Adi Surya⁷, Dini Hariyati Adam⁸

¹(Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Labuhanbatu, Indonesia),

²(Prodi Hukum, Pascasarjana, Universitas Labuhanbatu, Indonesia)

^{3,4,5,7}(Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Labuhanbatu, Indonesia),

⁸(Prodi Agroteknologi, Fakultas Sains Teknologi, Universitas Labuhanbatu, Indonesia)

slelisari@gmail.com

Abstrak. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi pelaku usaha industri rumah tangga dalam aspek produksi dan pemasaran produk keripik ubi dan pisang, supaya dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Industri rumah tangga merupakan salah satu sektor ekonomi yang berpotensi besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan. Desa Sidorukun, memiliki beberapa industri rumah tangga salah satunya adalah industri rumah tangga yang fokus pada produksi keripik dari bahan baku lokal seperti ubi dan pisang. Namun, kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan dalam meningkatkan kualitas produksi dan strategi pemasaran. Metode dalam pengabdian masyarakat ini melalui dua tahap, yaitu tahap persiapan yaitu survey lokasi dan menyaipkan sarana dan prasarana dan tahap pelaksanaan yaitu pelatihan produksi dan pengolahan keripik, pelatihan pengemasan dan branding produk dan pendampingan strategi pemasaran. Program pendampingan ini memberikan dampak yang signifikan bagi para pelaku usaha rumah tangga di Desa Sidorukun. Dengan peningkatan keterampilan produksi, pengemasan yang lebih baik, dan strategi pemasaran yang efektif, produk keripik ubi dan pisang, mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Upaya ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga mendorong perkembangan ekonomi desa secara keseluruhan

Kata Kunci: Desa Sidorukun, Industri rumah tangga, keripik, pemasaran, pendampingan.

Abstract. This community service activity aims to assist household industry business actors in the production and marketing aspects of sweet potato and banana crisps, in order to increase competitiveness and expand market reach. The household industry is one of the economic sectors that has great potential in increasing the income of rural communities. Sidorukun Village has several household industries, one of which focuses on the production of crisps from local raw materials such as sweet potatoes and bananas. However, the main obstacle faced is the limited knowledge in improving production quality and marketing strategies. The method in community service goes through two stages: the preparation stage, which includes location survey and the preparation of facilities and infrastructure, and the implementation stage, which involves training in chip production and processing, packaging, product branding, and marketing strategies. This mentoring programme has a significant impact on household business actors in Sidorukun Village. With improved production skills, better packaging, and effective marketing strategies, sweet potato and banana chip products are able to compete in a wider market. This effort not only increases community income but also encourages the overall economic development of the village.

Keywords: *Household industry, crisps, marketing, mentoring, Sidorukun Village*

PENDAHULUAN

Kabupaten Labuhanbatu memiliki sumber daya alam yang melimpah, diantaranya adalah tanaman pisang dan ubi kayu. Pada tahun 2023 Kabupaten Labuhanbatu dapat memproduksi tanaman ubi kayu sebesar 799 ton, sedangkan dalam memproduksi tanaman pisang pada tahun 2022 sebesar 159 kuintal dan tahun 2023 sebesar 86.60 kuintal pisang. (BPS Kabupaten Labuhanbatu 2024) Di Kecamatan Pangkatan sendiri, pada tahun 2020 terdapat luas tanaman ubi kayu seluas 53,10 hektar dengan jumlah produksi 154,50 kwintal. Khusus desa Sidorukun, luas tanaman ubi kayu sebesar 10 hektar dapat memproduksi 29.00 kwintal. (BPS Kabupaten Labuhanbatu, 2021) Potensi ini menjadi peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha industri rumah tangga berupa keripik ubi dan pisang. Industri rumah tangga merupakan suatu usaha yang dijalankan dengan rasio yang kecil, perusahaan ini biasanya hanya memakai satu rumah saja atau dua untuk dijadikan tempat produksi, beroperasi, serta pemasaran produk. Industri rumah tangga sangat berperan penting sebagai fasilitas bagi masyarakat dalam mendapatkan wawasan atau pengetahuan yang terampil dalam bidang ekonomi. (Risnawati, Qadrianti & Sani, 2024) Industri rumah tangga atau *home industry* merupakan suatu peluang usaha yang mulai bermunculan dalam era sekarang karena semakin sempitnya lapangan kerja yang tersedia. Industri semacam ini dapat dikelola di dalam rumah sehingga dapat dipantau setiap saat. Usaha kecil semacam ini dikelola oleh orang-orang yang memiliki hubungan kekerabatan. Modal yang dibutuhkan usaha ini sedikit dan alat-alat yang digunakan bersifat manual (Safrin, 2020).

Desa Sidorukun saat ini hanya memiliki 6 (enam) industri rumah tangga (BPS Kabupaten Labuhanbatu, 2021), salah satunya adalah industri rumah tangga keripik ubi dan pisang.

Keripik ubi dan pisang merupakan salah satu produk yang digemari banyak kalangan karena rasanya yang lezat serta kemudahan dalam pengolahannya. (TSiregar, Pristiyono, & Prayoga, 2021) Secara umum, kualitas keripik pisang dapat dikategorikan dalam tiga faktor, yaitu bentuk irisan, kerenyahan dan rasa. (Nalhadi et al., 2022) Namun, meskipun potensi bahan baku tersedia, para pelaku usaha rumah tangga seringkali menghadapi berbagai

kendala, terutama dalam hal teknik produksi yang efisien, peningkatan kualitas produk, serta strategi pemasaran yang tepat untuk memperluas pasar. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang tepat agar usaha ini dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat.

Dalam konteks ini, pendampingan produksi dan strategi pemasaran menjadi penting untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk keripik. Strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan adalah dengan memanfaatkan peluang usaha yang ada. Memanfaatkan peluang usaha yang paling tepat di era digital seperti ini adalah dengan menggunakan sosial media yang ada. Ada empat unsur dalam strategi pemasaran yaitu barang atau produk, harga, promosi, dan tempat. (Azizah et al., 2023) Pemasaran merupakan termasuk salah satu hal yang utama dalam industri rumah tangga, sebab hal ini yang menentukan keberlanjutan usaha yang dimiliki atau dilakukan. (Ashari & Anggraini, 2022)

Meskipun banyak pelaku industri rumah tangga yang memiliki keterampilan dasar dalam membuat keripik, sering kali terdapat kekurangan dalam hal teknik produksi yang efisien, pengendalian kualitas, serta inovasi produk. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif juga menjadi faktor penting untuk memperluas jangkauan pasar. Tanpa pendekatan yang sistematis dan terencana, produk keripik yang dihasilkan mungkin tidak dapat bersaing dengan produk serupa di pasar yang lebih luas, baik dari segi kualitas maupun visibilitas.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut dengan memberikan pendampingan langsung kepada pelaku industri rumah tangga di Desa Sidorukun. Pendampingan ini mencakup pelatihan dalam aspek-aspek teknis produksi, seperti pemilihan bahan baku yang berkualitas, teknik pengolahan yang efisien, dan metode pengemasan yang menarik. Selain itu, program ini juga berfokus pada pengembangan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing produk keripik ubu dan pisang di pasar. Melalui analisis pasar yang mendalam, pelaku usaha akan dibekali dengan pengetahuan tentang cara memanfaatkan platform digital dan membangun jaringan distribusi yang lebih luas.

Dengan pendekatan yang holistik ini, diharapkan pelaku usaha di Desa Sidorukun tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk pelaku industri rumah tangga, tetapi juga

memperluas pasar dan akhirnya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Upaya ini diharapkan dapat membawa perubahan positif yang berkelanjutan, memberikan dampak langsung bagi pelaku industri rumah tangga, serta mendukung pengembangan ekonomi lokal secara keseluruhan

METODOLOGI

Dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait dengan Pendampingan Produksi dan Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Ubi dan Pisang di Desa Sidorukun. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Senin, tanggal 2 September pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai yang bertempat di Desa Sidorukun

Adapun tahapan atau langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :

Tahap Persiapan

- a. Survey ke lokasi untuk mengetahui profil dari desa Sidorukun, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhanbatu yang menjadi mitra
- b. Menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam kegiatan Pendampingan Produksi dan Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Ubi dan Pisang di Desa Sidorukun

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan adalah melakukan persiapan, menyajikan dan memberi kesempatan untuk mencoba, serta membiarkan peserta untuk melaksanakan pekerjaannya,(Zamora & Nurhayati, 2019) yaitu:

- a. Pelatihan Produksi dan Pengolahan Keripik

Dalam tahapan ini, masyarakat diberikan pelatihan tentang teknik produksi yang tepat untuk menghasilkan keripik dengan kualitas yang baik. Pelatihan ini juga mencakup pemilihan bahan baku terbaik, teknik irisan yang tepat, serta cara mengolahnya agar menghasilkan tekstur keripik yang renyah dan tidak berminyak.

- b. Pelatihan Pengemasan dan Branding Produk

Salah satu aspek penting dalam penjualan produk adalah kemasan. Oleh karena itu, pelaku usaha diberikan pelatihan tentang pentingnya kemasan yang menarik dan informatif. Selain itu, masyarakat diajarkan cara membuat logo dan desain label produk yang mencerminkan identitas lokal dan meningkatkan nilai jual.

c. Pendampingan Strategi Pemasaran

Pada tahap ini, pelaku usaha didampingi untuk merancang strategi pemasaran, baik secara *offline* maupun *online*. Pemasaran melalui online adalah dengan menggunakan digital marketing untuk mempermudah dalam memahami persoalan tujuan komunikasi yang bisa dicapai perusahaan melalui penggunaan internet. (Mujiyanti, Suparto, Hasan, & Chandra, 2024) Pelaku usaha diajarkan tentang pentingnya kehadiran di media sosial serta penggunaan platform *e-commerce* seperti *marketplace* untuk memperluas pasar. Selain itu, dilakukan pendampingan dalam penyusunan strategi promosi yang tepat, seperti pemberian diskon atau paket bundling untuk meningkatkan daya tarik konsumen.



Figure 1. Metode Pelaksanaan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Senin, tanggal 2 September pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai yang bertempat di Desa Sidorukun. Desa sidorukun kecamatan pangkatan memiliki luas desa sekitar 3474 Ha, yang terbagi menjadi 7 dusun yakni, dusun 1 sidorukun, dusun 2 sidorukun, dusun 3 sidorukun, dusun 4 sidorukun, dusun 5 sidorukun, dusun 6 sidorukun kampung songo, dan dusun 7 timbang air. Kegiatan ini dihadiri oleh 15 peserta, yaitu terdiri dari dari Aparat desa, pelaku industri rumah tangga dan perwakilan desa.

Hasil dari kegiatan ini terbagi dalam dua tahapan, yaitu tahapan persiapan dan tahapan pelaksanaan. Pada tahapan persiapan bertujuan untuk melihat kondisi sosial dari masyarakat Desa Sidorukun baik dari segi usia, pendidikan dan lain-lain. Pada tahap pelaksanaan, langkah pertama adalah Pelatihan Produksi dan Pengolahan Keripik. Dalam tahapan ini, masyarakat diberikan pelatihan tentang teknik produksi yang tepat untuk menghasilkan keripik dengan kualitas yang baik. Pelatihan ini juga mencakup pemilihan bahan baku terbaik, teknik irisan yang tepat, serta cara mengolahnya agar menghasilkan tekstur keripik yang renyah dan tidak berminyak. Pada langkah kedua yaitu pelatihan pengemasan dan branding produk, dalam tahapan ini masyarakat diberikan pelatihan tentang pentingnya pembuatan kemasan yang baik dalam penjualan produk. Oleh karena itu, pelaku usaha diberikan pelatihan tentang pentingnya kemasan yang menarik dan informatif. Selain itu, masyarakat diajarkan cara membuat logo dan desain label produk yang mencerminkan identitas lokal dan meningkatkan nilai jual. Langkah ketiga adalah pendampingan strategi pemasaran. Pada tahap ini, pelaku usaha didampingi untuk merancang strategi pemasaran, baik secara *offline* maupun *online*. Pelaku usaha diajarkan tentang pentingnya kehadiran di media sosial serta penggunaan platform *e-commerce* seperti *marketplace* untuk memperluas pasar. Selain itu, dilakukan pendampingan dalam penyusunan strategi promosi yang tepat, seperti pemberian diskon atau paket bundling untuk meningkatkan daya tarik konsumen

Pada saat acara berlangsung, masyarakat desa Sidorukun sangat antusias dalam menyimak dan mendengarkan pendampingan dan pemamparan dari tim PKM. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pertanyaan dan tanggapan dari para peserta. Secara umum dari kegiatan yang dilakukan, mitra sangat antusias dan semangat dalam mengikuti kegiatan tersebut. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta bertanya, berdialog, berdiskusi tentang pentingnya Pendampingan Produksi dan Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik

Ubi dan Pisang di Desa Sidorukun. Setelah dilaksanakan pendampingan, terdapat beberapa hasil positif yang dirasakan oleh para pelaku industri rumah tangga di Desa Sidorukun:

a. Peningkatan Kualitas Produk

Pelaku usaha mampu menghasilkan keripik dengan tekstur yang lebih renyah, rasa yang konsisten, dan daya tahan yang lebih lama.

b. Peningkatan Daya Tarik Kemasan

Setelah diberikan pelatihan pengemasan, produk keripik yang dihasilkan memiliki kemasan yang lebih menarik dan informatif, sehingga dapat bersaing dengan produk-produk komersial lainnya di pasaran. Label dan logo yang didesain juga memberikan identitas tersendiri bagi produk keripik lokal ini.



Figur 2 : Pemberian Label

c. Perluasan Pasar Melalui Pemasaran Digital

Pendampingan dalam pemasaran digital membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta pembuatan akun shopee. Produk keripik dari Desa Sidorukun, kini dapat dijual secara lebih luas dan dikenal oleh konsumen di luar wilayah desa.



Figur 3. Kegiatan pendampingan produksi dan pembuatan kemasan produk

KESIMPULAN DAN SARAN

Pentingnya Pendampingan Produksi dan Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Ubi dan Pisang di Desa Sidorukun berjalan dengan lancar dan sesuai dengan jadwal yang direncanakan. Masyarakat Desa Sidorukun semangat dan antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut. Mereka juga semakin paham tentang pentingnya Pendampingan produksi dan strategi pemasaran Industri rumah tangga keripik ubi dan pisang, untuk meningkatkan mendorong perkembangan ekonomi desa secara keseluruhan. Program pendampingan ini memberikan dampak yang signifikan bagi para pelaku usaha rumah tangga di Desa Sidorukun. Dengan peningkatan keterampilan produksi, pengemasan yang lebih baik, dan strategi pemasaran yang efektif, produk keripik ubi dan pisang mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Upaya ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga mendorong perkembangan ekonomi desa secara keseluruhan. Untuk pengembangan lebih lanjut dapat dilakukan dengan memperkuat kerja sama pelaku industri rumah tangga melalui kerjasama dengan pihak-pihak terkait, seperti dinas perdagangan Kabupaten labuhanbatu dan koperasi setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada Universitas Labuhanbatu yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini, sehingga rangkaian kegiatan terealisasi. Kemudian Tim pengabdian juga mengucapkan terimakasih kepada Kepala dusun III desa Sidorukun beserta jajarannya yang telah memberikan sambutan dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- Azizah, N., Wakit, A., Musa, M. F., Latifah, A. I., Ariyanti, T., Hidayat, E. A., ... Pratama, A. D. (2023). Pengembangan Manajemen Produksi dan Pemasaran Usaha Keripik Singkong Di Desa Dongos Kabupaten Jepara. *Jurnal Pengabdian KOLABORATIF*, 1(2), 25. <https://doi.org/10.26623/jpk.v1i2.7251>
- BPS Kabupaten Labuhanbatu. (2021). *Kecamatan Pangkatan Dalam Angka 2021*. Labuhanbatu: BPS Kabupaten Labuhanbatu.
- BPS Kabupaten Labuhanbatu. (2024). *Kabupaten Labuhanbatu Dalam Angka 2024*. Labuhanbatu: BPS Kabupaten Labuhanbatu. Retrieved from h
- Ashari, E & Anggraini, D. (2022). Pendampingan Umkm Melalui Pelatihan Strategi Pemasaran Dan Product Branding Di Perumahan Griya Batu Aji Asri RT.01/RW.018 Kelurahan Sei Langkai, Kecamatan Sagulung, Kota Batam. *Minda Baharu*, 6(1), 144–153.
- Feby Aulia Safrin, A. M. dan. (2020). *trategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Singkong (Studi pada Industri Rumah Tangga Keripik Singkong Sambal-Sambal Kelurahan Sipolu-polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal)*. 7(1), 37–44.
- Mujiyanti, S. A., Suparto, A. A., Hasan, A., & Chandra, H. (2024). Pendampingan Pemasaran Digital Bagi Kelompok Ekonomi Rumah Batik Inklusi Rubi Di Desa Kedungdowo. *Minda Baharu*, 8(1), 138–144.
- Nalhadi, A., Arga Fahriadava, B., Bintang Ramadhan, B., Cahyadi, D., Sahrupi, & Jihan Shofa, M. (2022). Pendampingan umkm “nur lia” dalam meningkatkan produktivitas produksi keripik pisang. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 213–218. Retrieved from <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v6i2.5112>
- Zamora, R. dan Nurhayati. (2019). Pendampingan Dan Pelatihan Kewirausahaan Masyarakat Nelayan Di Tanjung Gundap. *Minda Baharu*, 3(2), 75–83.
- Risnawati, Qadrianti, L., & Sani, C. (2024). Pendampingan Produksi dan Strategi Pemasaran Pada Home Industry Keripik Pisang di Desa Saotengnga Kecamatan Sinjai Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Hukum*, 3(1), 8–15.
- TSiregar, A. S., Pristiyono, & Prayoga, Y. (2021). Pendampingan Produksi Dan Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Mana Lagi “Pak Jaim” Di Desa Gunung Selamat. *JPKM : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 72(2), 155–160. Retrieved from https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/23526/pdf_1