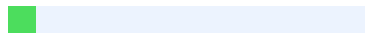




Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

8%



Overall Similarity

Date: May 4, 2023

Matches: 118 / 1561 words

Sources: 8

Remarks: Low similarity detected, check with your supervisor if changes are required.

Verify Report:

Scan this QR Code



PENERAPAN PROMOSI PADA USAHA KERUPUK UBI KAMANG DI KOTA

PAYAKUMBUH Sandra Melly, Rodesri Mulyadi, dan Mimi Harni Jurusan Teknologi

Pertanian, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh Email : sanmelly@gmail.com

ABSTRAK Kerupuk ubi Kamang merupakan kerupuk yang berbahan baku singkong dan selama ini diproduksi di daerah Kamang Kabupaten Agam yang dikonsumsi sebagai cemilan dan makanan tambahan lauk pauk. Namun sekarang di Kota Payakumbuh sudah ada home industry yang memproduksi kerupuk ubi Kamang, namun dalam memasarkan produknya belum melakukan promosi dengan baik yang terlihat dari belum adanya merk usaha yang terpajang. Oleh karenanya dilakukan kerjasama dengan **1 usaha kerupuk ubi Kamang** “Adillah” dalam upaya memperkenalkan produk dan meningkatkan produksi melalui perbaikan teknik promosi. Pelaksanaan kegiatan IbM ini berupa pembuatan merk usaha yang telah dapat meningkatkan produksi dari 20-25 kg/hari menjadi 40-45 kg/hari.

Keywords: Kerupuk ubi Kamang, promosi **3 PENDAHULUAN Kerupuk ubi Kamang**

merupakan salah satu jenis makanan ringan yang tidak asing lagi bagi masyarakat, terutama masyarakat Sumatera Barat. Kecamatan Kamang Kabupaten Agam merupakan sentra produksi kerupuk ubi di Sumatera Barat sehingga kerupuk ubi dengan bentuk bulat pipih ini lebih dikenal dengan nama kerupuk Kamang. Kerupuk ubi Kamang ini terbuat dari bahan baku ubi kayu atau singkong dengan rasa yang renyah, gurih dan enak.

Biasanya Pembuatan kerupuk ubi Kamang dilakukan melalui beberapa proses pengolahan yakni pengukusan, penggilingan/pelumatan, pemipihan, pencetakan dan pengeringan. Selama ini proses pembuatan kerupuk ubi Kamang dilakukan Mitra secara mekanis dan manual. Kondisi ini membuat terbatasnya kapasitas produksi **1 usaha kerupuk ubi Kamang** dan produk yang kurang higienis sehingga berdampak terhadap pendapatan dan pengembangan usaha. Selama ini kerupuk ubi Kamang akan dapat dijumpai di daerah Kamang Kabupaten Agam. Namun sekarang di Payakumbuh sudah ada home industry yang memproduksi kerupuk ubi Kamang. Oleh karenanya, kegiatan IbM ini dilakukan pada kelompok usaha Mitra yang berada di Tambago Kota Payakumbuh yang bernama **Usaha Kerupuk ubi Kamang** Adillah. Pengelolaan **Usaha Kerupuk ubi**

Kamang Adillah masih sederhana (belum menerapkan manajemen usaha) karena memang usaha ini baru dijalankan selama 3 tahun. Usaha inipun dikembangkan oleh pemiliknya sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan hidup keluarganya karena Mitra merupakan keluarga kurang mampu yang tinggal di rumah bantuan pemerintah (kementerian sosial dan PNPM). Mitra belum menjalankan usaha dengan pemasaran yang baik, salah satunya seperti belum memiliki merek dagang yang jelas (tidak ada merek yang terpajang), sehingga belum banyak dikenal orang. Biasanya masyarakat menandai lokasi usaha dengan melihat hamparan kerupuk ubi Kamang yang terjemur di depan rumah. Walaupun demikian, mitra ini memiliki keinginan yang tinggi untuk mengembangkan usahanya yang didukung oleh

ketersediaan tenaga kerja keluarga, tempat pengolahan dan permintaan kerupuk ubi Kamang yang terus meningkat. Ditinjau dari aspek bauran pemasaran yang dikenal dengan 7P yakni product, promotion, price, place, person, process dan participant maka dapat dikatakan **1 usaha kerupuk ubi Kamang** ini masih belum menjalankan bauran pemasaran terutama promosi, produk, proses dan place sebagai strategi dasar dalam pemasaran dengan baik. Hal ini terlihat salah satunya dari kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan pihak Mitra dan rendahnya kuantitas dan kualitas kerupuk ubi Kamang yang dihasilkan akibat proses yang manual sehingga permintaan konsumen kurang terpenuhi dan lokasi produksi yang kurang layak. Salah satu permasalahan yang dihadapi mitra **1 usaha kerupuk ubi Kamang** adalah aspek promosi berupa merek dagang yang belum jelas karena tidak ada merek usaha yang terpajang Promosi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menginformasikan **2 dan mempengaruhi para konsumen atau masyarakat sehingga dapat tertarik untuk membeli serta menggunakan produk ataupun jasa yang dipasarkannya..** Oleh sebab itu kami menawarkan solusi bagi Mitra dengan bekerja sama untuk memperbaiki aspek promosi dengan membuat merk usaha yang terpajang. Adapun tujuan dari **7 pelaksanaan kegiatan IbM ini adalah untuk** membantu Mitra dalam memperbaiki teknik promosi

usahanya sehingga penjualannya meningkat yang nantinya usaha Mitra ini bisa maju dan berkembang. METODE PELAKSANAAN Kegiatan program lbM ini dilaksanakan selama empat bulan mulai bulan Juni sampai September 2017 di Mitra **1 usaha kerupuk ubi Kamang** Adillah di Kota Payakumbuh. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan secara bertahap yakni (1) Tahap pembimbingan dan diskusi berkaitan dengan proses pengolahan kerupuk ubi Kamang yang efektif dan efisien, higienitas dan kualitas produk, bauran pemasaran, pentingnya pemakaian merek usaha billboard dalam startegi pemasaran produk dan manajemen usaha, (2) Tahap pembuatan merk usaha, (3) Tahap evaluasi **2 kegiatan yang bertujuan untuk** meninjau sejauh mana dampak pelaksanaan kegiatan ini terhadap pengembangan usaha Mitra.

Gambar 1. Model Merek

Usaha Renyah, Gurih ...Mmm Nikmat **1 USAHA KERUPUK UBI KAMANG "FAMILI"**
Tambago Kota Payakumbuh Renyah, Gurih ...Mmm Nikmat

HASIL YANG DICAPAI Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan kegiatan survey lokasi Mitra untuk memastikan kondisi Mitra, apakah usaha tersebut masih ada/tidak karena rentang waktu antara usulan kegiatan dengan pelaksanaan kegiatan yang cukup lama dan memungkinkan terjadinya pasang surut pada suatu usaha. Hasil survey menunjukkan usaha Mitra masih berjalan walaupun sempat tidak memproduksi selama lebih kurang 2 bulan karena tidak mendapatkan bahan baku singkong dan harga singkong yang tinggi. Dalam mengatasi hal ini, Mitra menanam sendiri singkong dengan menyewa lahan dan mencari singkong ke daerah Bukittinggi. Hal ini dilakukan karena permintaan kerupuk ubi Kamang yang meningkat dimana biasanya kerupuk ubi Kamang yang diproduksi oleh Mitra dipasarkan melalui pedagang pengumpul yang kemudian memasarkannya ke daerah-daerah di Sumatera Barat, Pekan Baru, Duri, namun saat ini sudah ada permintaan dari daerah Jambi, Bengkulu, Kepulauan Riau. Pembimbingan dan Diskusi Sebelumnya dijelaskan bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan, tujuan pelaksanaan kegiatan, penyesuaian jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan dengan Mitra. Dalam tahapan pembimbingan dan diskusi ini dibahas tentang pengolahan kerupuk ubi Kamang yang

efektif dan efisien dengan menggunakan inovasi teknologi, higienitas dan kualitas produk, bauran pemasaran dan pentingnya promosi dalam strategi pemasaran, manajemen usaha disertai dengan diskusi tentang hal-hal yang belum dipahami. **5 Satu hal yang sangat** ditekankan oleh Tim IbM kepada kelompok Mitra dalam pembimbingan dan diskusi ini adalah agar kelompok Mitra tidak menggunakan zat pemutih sehingga aman dikonsumsi (dalam proses pembuatan adonan dengan bahan baku singkong, garam, bawang putih, daun bawang, kunyit) dan terus menjaga kebersihan lingkungan tempat proses produksi. Pembuatan Merk Usaha Pembuatan merk usaha disesuaikan dengan keinginan Mitra dimana terlebih dahulu Tim IbM berdiskusi dengan pengusaha kerupuk ubi Kamang Adillah tentang desain dari merek usaha yang akan dibuat. Tim IbM memberikan bantuan merk usaha (Billboard) agar tempat usaha ini lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat (konsumen) .Apalagi lokasi Mitra **1 usaha kerupuk ubi Kamang** berada tidak dipinggir jalan raya (masuk ke dalam gang lebih kurang 30 m) yang tentu saja pemasangan Billboard ini menjadi sarana promosi yang baik. Evaluasi Kegiatan Mitra sangat senang sekali dengan adanya kegiatan oleh tim IbM, karena mendapatkan teknik manajemen usaha dengan baik dan memahami aspek-aspek bauran pemasaran yang dapat dijadikan strategi dalam pemasaran sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis yang memang diproduksi di daerah Mitra. Disamping itu, Mitra telah melakukan pemasangan merk usaha dipinggir jalan raya dimana sebelumnya telah mengurus izin terlebih dahulu kepada pemilik tanah (Gambar 2). Hasil pemantauan Tim IbM diketahui bahwa sejak adanya merk usaha Mitra maka saat ini permintaan kerupuk ubi Kamang semakin meningkat karena yang biasanya Mitra mengantarkan hasil produksi ke pedagang pengumpul sedangkan sekarang sudah semakin banyak pula konsumen yang langsung datang ke lokasi usaha untuk membeli kerupuk sehingga Mitra meningkatkan produksinya agar terus dapat memenuhi pesanan pedagang pengumpul

seperti biasanya. Hal ini terlihat dari peningkatan produksi kerupuk ubi Kamang Adillah yang biasanya 20 – 25 kg/hari sekarang sudah meningkat menjadi 40 – 45 kg/ hari.

Bahkan Mitra pun sudah mulai memproduksi kerupuk ubi Kamang dengan variasi ukuran dimana ada yang besar (diproduksi berdasarkan pesanan) dan kecil (produk yang biasa diproduksi). Gambar 2. Merk Usaha yang Telah Dipasang Disamping itu, promosi juga dilakukan melalui media sosial dan dari mulut ke mulut sehingga permintaan kerupuk ubi Kamang terus meningkat bahkan Mitra memproduksi setiap hari (sebelumnya 6 kali seminggu) dan telah menggunakan 6 tenaga kerja luar keluarga (sebelumnya hanya tenaga kerja dalam keluarga). 5 Satu hal yang sangat menggembirakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah respon, motivasi, kreatifitas dan pengaplikasian dari pembimbingan yang diberikan serta kerjasama kelompok Mitra yang sangat baik dengan Tim IbM sehingga kegiatan ini dapat berjalan lancar sesuai dengan yang ditargetkan.

KESIMPULAN dan SARAN Kesimpulan 1. Kegiatan ini sangat membantu pemilik 1 usaha kerupuk ubi Kamang untuk lebih memperkenalkan produknya pada masyarakat luas. 2. Kegiatan ini telah meningkatkan produksi kerupuk ubi Kamang Mitra dari 20 -25 kg/hari menjadi 40 – 45 kg/hari. 3. Kegiatan ini telah membantu 1 usaha kerupuk ubi Kamang dalam memproduksi kerupuk sesuai keinginan konsumen dan menjalankan usahanya dengan baik serta mengembangkan, namun masih perlu terus untuk dibina.

Saran 1. Perlu dilakukan kegiatan IbM lanjutan yang dapat membantu usaha kerupuk ubi Kamang untuk lebih meningkatkan kuantitas dan kualitas kerupuk ubi Kamang yang dihasilkan, karena semua tahapan dalam proses produksi kerupuk ubi Kamang ini masih secara manual. 2. Sebaiknya pihak pemerintah (dinas terkait) terus memberikan arahan, pembinaan dan bantuan agar usaha ini dapat mengembangkan usahanya karena kerupuk ubi Kamang merupakan produk lokal yang biasanya diproduksi di Kabupaten Agam namun sekarang sudah ada di Payakumbuh sehingga dapat dijadikan produk ekspor. **DAFTAR PUSTAKA** Ernita.Y dan Melly,S. 2012. Optimasi Pemanfaatan Sumber Daya Dan Prediksi Penjualan Guna Meningkatkan Pendapatan Petani Industri Kerupuk Ubi Kayu Kubang Sawah Lunto. Laporan 4 Penelitian Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh. -----, 2013. Pengembangan Teknologi Pengolahan Kerupuk Ubi. Proseding seminar

Internasional di Bukittinggi. [Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh](#). Okezone.com. 2016.

8 Mahasiswa Padang Kenalkan Kerupuk Kamang di

Turki.<http://news.okezone.com/read/2016/03/12/65/1334039/mahasiswa-padang-kenalkankerupuk-kamang-di-turki>. Diakses 10 April 2016. Pujawan,IN. 2005. Supply Chain Management. Ed 1. Penerbit Guna Widya. Surabaya. Koswara S. 2009. Pengolahan Aneka Kerupuk. Ebookpangan.com Kotler, P. dan Keller,KL. 2016. Marketing Management. Ed. 15. New Jersey : Pearson Prentice Hall.Inc. Rukmana,R. 1997.Ubi Kayu Budi Daya dan Pasca Panen. Kanisius. Yogyakarta. Situssarnes.com. 2012. Kerupuk Ubi. Diakses 17 Desember 2014 Urangminang.com, 2015.Kerupuk Ubi Kamang. Diakses 8 Januari 2016.

Sources

1	https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6645204/?view=googlescholar INTERNET 3%
2	https://www.ilmuiips.my.id/2020/03/pengertian-promosi.html INTERNET 1%
3	http://repository.unp.ac.id/15551/1/PENELITIAN_2017_RODES.pdf INTERNET 1%
4	https://ppid.sumbarprov.go.id/home/details/3321-penelitian-politeknik-pertanian-negeri-payakumbuh-tahun-2010-2013.html INTERNET 1%
5	https://kledo.com/blog/sistem-informasi-manajemen/ INTERNET 1%
6	https://lldikti11.ristekdikti.go.id/jurnal/pdf/d32463ee-3092-11e8-9030-54271eb90d3b/ INTERNET 1%
7	http://e-journal.polnustar.ac.id/tkrg/article/view/56 INTERNET <1%
8	https://edukasi.okezone.com/read/2016/03/12/65/1334039/mahasiswa-padang-kenalkan-kerupuk-kamang-di-turki INTERNET <1%

EXCLUDE CUSTOM MATCHES ON

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF