



PEREMPUAN DAN KEWIRAUSAHAAN: PENGUATAN USAHA KREPEK KASPICA (KASBI PISANG PACA)

Aveanty Miagina^{1*}, Filus Raraga², Mersy Yoslin Ririhena³,
Hernansi Bisoi⁴, Esther Kembauw⁵

^{1,2,4} Prodi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Halmahera,

³ Prodi Akuntansi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Halmahera,
Tobelo, Kode Pos: 97762, Indonesia

⁵ Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura,
Ambon, Kode Pos: 97234, Indonesia

*E-mail Penulis Korespondensi: maveanty@gmail.com

ABSTRAK¹

Kata Kunci

Perempuan;
kewirausahaan;
kasbi;
pisang

Selama ini kegiatan produksi berbahan dasar kasbi (singkong) dan pisang yang dilakukan oleh kelompok perempuan BarTer di Desa Paca dilakukan secara konvensional tanpa mempertimbangkan ketrampilan sdm, tidak menggunakan peralatan modern, yang tergambar dari produk yang dihasilkan kurang menarik, tanpa merek, kemasan produk seadanya menggunakan plastik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai aspek kewirausahaan serta pengembangan produk yang telah ada guna menjaga kestabilan usaha. Pendekatan yang digunakan untuk menjawab permasalahan mitra menggunakan metode Participatory Rural Appraisal (PRA) yang diharapkan dapat menggali informasi kondisi masyarakat mitra dan kehidupan dari dan oleh masyarakat mitra. Pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dipakai untuk mendapatkan kesesuaian dan ketepatan program dengan kebutuhan mitra sehingga keberlanjutan (*sustainability*) program dapat terjamin. Keterlibatan aktif mitra memudahkan dalam mengidentifikasi masalah yang dihadapi. Kegiatan pelatihan kewirausahaan yang bermanfaat untuk penguatan serta pengembangan usaha yang telah dimiliki menjadi program utama yang dilakukan. Hasil kegiatan ini menunjukkan mitra mengetahui kekurangan juga peluang usaha melalui varian produk, mampu memetakan peluang usaha baru serta mitra memiliki nama merek juga desain produk baru, memiliki ijin edar produk dari BPOM serta perlu adanya penguatan kelembagaan mitra.

ABSTRACT

Keywords:

Women;
Entrepreneurship;
Cassava;
Banana

So far, the production activities made from kasbi (cassava) and banana carried out by the BarTer women's group entrepreneurs in Paca Village are still conventional without considering human resource skills, and not using modern equipment, which is reflected in the products which produced that are less attractive, without a brand, makeshift product packaging using plastic. This community service activity aims to increase partners' understanding of entrepreneurial aspects and existing product development in order to produce a new, more innovative product and maintain business stability. The approach which used to answer the partner's problems is by using the Participatory Rural Appraisal (PRA) method which is expected to explore information on the condition of the partner community and life from and by the partner community. Participatory Rural Appraisal (PRA) is used to get the suitability and appropriateness of the program with the needs of partners so that the sustainability of the program can be guaranteed. The active involvement of partners makes it easier to identify the problems faced. Entrepreneurship training activities that are useful for strengthening and developing businesses that have been owned are the main programs carried out. The results of this activity show that partners know their shortcomings, business opportunities through product variants, able to map new business opportunities; partners have a brand, have a new product design, have a product distribution permit from BPOM also is a must, then institutional strengthening of partners.

e-ISSN: 2798-3684

Copyright © 2023 Author(s)

Article info: Received: 20th May 2023 | Accepted: 14th October 2023 | Online: 01st November 2023

1. Pendahuluan

Secara administratif Desa Paca merupakan salah satu desa di Kecamatan Tobelo Selatan dari 13 desa lainnya, memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kecamatan Tobelo Selatan sejumlah kurang lebih 2140 jiwa yang terdiri dari laki-laki 1119 jiwa, perempuan 1021 jiwa dimana jumlah kepala keluarga secara administratif berjumlah 551 KK. Usia produktif berada di kisaran 16-60 tahun sebanyak 1315 jiwa sementara usia 0-15 tahun sebanyak 705 jiwa dan usia manula di atas 60 tahun sebanyak 120 jiwa. Luasan wilayah desa ini seluas 9.040 ha dengan jumlah tanah yang sudah memiliki sertifikat 260 buah sebanyak 7.800 ha. Lokasi Desa Paca cukup strategi dengan kondisi infrastruktur dalam hal ini jalan menuju ibukota propinsi berjarak 125 km dengan jarak tempuh kurang lebih 6 jam dan 1 jam diperlukan untuk akses ke pusat pemerintahan kabupaten sejauh 22 km, ini mencerminkan akses pasar terjangkau.

Mata pencaharian utama masyarakat adalah Petani. Dari sebaran mata pencaharian yang ada profesi petani memiliki prosentasi terbesar yaitu 34% dari jumlah usia produktif yang ada. Hasil pertanian dan perkebunan yang dimiliki oleh sebagian besar masyarakat selama ini merupakan satu-satunya sumber penghidupan yang menjadi topangan penghidupan mayoritas penduduk Desa Paca. Selain Kelapa, Pisang dan *Kasbi* (sebutan bahasa lokal untuk Singkong) merupakan hasil perkebunan yang sangat dominan. Bahkan dewasa ini ada upaya pemerintah untuk membantu masyarakat dengan mendirikan kelompok-kelompok petani yang diarahkan untuk menanam dan mengolah hasilnya menjadi produk yang memiliki nilai tambah (*value added*).

Terdapat 10 kelompok tani dimana tiap kelompok terdiri dari 10-15 orang untuk melakukan pengolahan lahan yang ditanami Pisang, Kasbi, Cabe, Tomat dan sebagainya. Dari kesepuluh kelompok ini kemudian terbentuklah kelompok perempuan untuk melakukan kegiatan produksi Krepek Pisang dan *Kasbi*, salah satunya Kelompok Perempuan Baru Terbit (BarTer). Pisang yang banyak digunakan adalah Pisang Raja dan Pisang Mulu Bebe. Pisang Mulu Bebe menjadi salah satu keunikan produk perkebunan lokal yang dimiliki di Kabupaten Halmahera Utara. Keunikan bentuk pisang Mulu Bebe merupakan ciri khas tersendiri yang memberikan *value added* bagi produk olahannya selain kandungan gizi yang dimiliki. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa kandungan karbohidrat, protein dan lemak, B karotein lebih banyak dimiliki pisang yang telah diolah menjadi Krepek Pisang dibandingkan dengan yang masih dalam bentuk pisang segar karena memiliki nilai tambah yaitu kemanfaatan dan sarat akan gizi yang baik bagi kesehatan.

Selama ini kegiatan memproduksi krepik kasbi dan pisang hanya dilakukan oleh beberapa orang perempuan saja, tanpa mempertimbangkan keterampilan sumberdaya yang dimiliki dengan cara konvensional tanpa menggunakan peralatan modern, tergambar dari produk yang dihasilkan kurang menarik atau kurang memiliki nilai jual. Ini ditunjukkan dengan kemasan yang tidak menarik karena tanpa nama merek dan dikemas dalam plastik seadanya seperti yang ditampilkan pada Gambar 1. Padahal merek menjadi identitas yang melekat di setiap produk. Hasil penelitian menyatakan bila konsumen mempercayai suatu merek maka konsumen tersebut memiliki niat membeli (*purchase intention*) yang positif terhadap merek tersebut. Bahkan tidak menutup kemungkinan seorang konsumen akan melakukan pembelian kembali terhadap suatu merek yang disukai Merek dan kemasan diyakini mampu membentuk *brand awarness* yang akan berimplikasi pada peningkatan niat beli konsumen.



Gambar 1. Kemasan Produk Krepek Pisang (tanpa merek)

Dari hasil diskusi yang dilakukan bersama kelompok perempuan BarTer dapat diidentifikasi beberapa masalah yang dialami kelompok perempuan BarTer yaitu: (1) kurangnya pemahaman mitra akan aspek berwirausaha; (2) pemahaman akan pentingnya mendaftarkan sebagai produk halal dan juga keamanan produk yang dinilai BPOM; (3) belum memiliki merek dan kemasan produk; (4) minimnya pemahaman mitra untuk mengembangkan varian baru produk pisang Mulu Bebe dan juga *kasbi*. Guna menjawab permasalahan mitra ini maka dilakukan kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai aspek kewirausahaan untuk menjaga kestabilan usaha termasuk pemberian merek dan kemasan produk serta pengembangan produk yang telah ada.

2. Pelaksanaan dan Metode

Participatory Rural Appraisal (PRA) merupakan suatu metode pendekatan untuk mempelajari kondisi dan kehidupan pedesaan dari, dengan, dan oleh masyarakat desa. Atau dengan kata lain dapat disebut sebagai kelompok metode pendekatan yang memungkinkan masyarakat desa untuk saling berbagi, meningkatkan, dan menganalisis pengetahuan mereka tentang kondisi dan kehidupan desa, membuat rencana dan bertindak. Penerapan pendekatan dan teknik PRA dapat memberi peluang yang lebih besar dan lebih terarah untuk melibatkan masyarakat. Selain itu melalui pendekatan PRA akan dapat dicapai kesesuaian dan ketepatan program dengan kebutuhan masyarakat sehingga keberlanjutan (*sustainability*) program dapat terjamin. Tim dapat mengimplementasikan metode PRA sesuai dengan kondisi Desa Paca.

Pada prinsipnya metode ini menekankan pada partisipasi masyarakat Desa Paca dengan menginventaris masalah yang dihadapi masyarakat sebagai mitra. Selanjutnya dari inventarisasi masalah berdasarkan pendekatan yang dikemukakan diatas, akan dibuat skala prioritas mengenai permasalahan yang harus dipecahkan secepatnya, permasalahan yang perlu dipecahkan bersama, dan permasalahan yang bisa ditunda pemecahannya. Ini dimaksudkan untuk mendapatkan solusi yang maksimal, efisien dan efektif. Keseluruhan proses kegiatan pengabdian berlangsung selama empat hari yang dilaksanakan di bulan Februari 2018. Untuk mendapatkan data lapangan yang akurat atas permasalahan mitra, Tim PKM melakukan beberapa kali diskusi yang melibatkan anggota mitra BarTer yang berjumlah 10 orang dimana kesemuanya adalah perempuan. Merekalah yang selama ini melakukan kegiatan produksi krepek. Diskusi ini dimaksudkan agar Tim mendapatkan informasi aktual yang dialami mitra.

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini ada tiga tahapan yang dilaksanakan berdasarkan masalah yang dimiliki mitra yaitu:

1. Tahap Pertama; Persiapan dan Sosialisasi.
Melakukan koordinasi dengan mitra, identifikasi masalah, penyusunan rencana kerja serta kegiatan sosialisasi.
2. Tahap Kedua; Kegiatan Pelaksanaan Pemberdayaan.
Mempersiapkan materi mengenai aspek kewirausahaan untuk membuka wawasan para mitra akan pentingnya berwirausaha, materi mengenai pentingnya merek dan kemasan produk, dan juga pengenalan akan varian baru produk pisang.
3. Tahap Ketiga; Kegiatan Pendampingan, Monitoring dan Evaluasi.
Di tahap ini Tim melakukan pendampingan melalui kegiatan pelatihan dan praktek kepada kelompok mitra, serta memonitor pekerjaan yang dilakukan mitra dalam berproduksi.

Tabel 1. Permasalahan mitra serta solusi dan kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan PKM

No.	Permasalahan	Solusi	Kegiatan
1	Kurangnya pemahaman mitra akan berwirausaha	<p>Pelatihan mengenai aspek kewirausahaan yang targetnya adalah untuk memberikan pemahaman akan pentingnya berwirausaha untuk menjaga kestabilan usaha sehingga usaha tetap bertahan.</p> <p>Topik materi yang diberikan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “<i>Menumbuhkan Jiwa Berwirausaha</i>”, bertujuan membuka wawasan mitra di Desa Paca sehingga termotivasi untuk mengenali dan mengembangkan potensi diri setelah mereka mengenal kapasitas sumberdaya yang dimiliki di desanya. - “<i>Kiat Melihat dan Mengembangkan Peluang Bisnis</i>”, mitra akan diajak secara partisipatif mengevaluasi apa yang telah mereka kerjakan selama ini sehingga mereka mampu mengenali kekurangan serta hambatan dan kekuatan yang dimiliki. Selain itu mitra diajak untuk melihat peluang usaha yang ada dengan melakukan pemetaan pasar secara bersama-sama. Ini dimaksudkan agar mitra bisa melakukan ekspansi pasar ke daerah sekitarnya mengingat selama ini hasil produksi krepek hanya di jual di Desa Paca. Indikator capaiannya pertama mitra mengetahui kekurangan dan mengenali peluang usaha kedepannya. Kedua mitra dapat memetakan wilayah sekitar Desa Paca untuk memasarkan produknya. - “<i>Manajemen Usaha dan Pengembangannya</i>”, disini mitra diajak secara partisipatif untuk menyusun strategi pengembangan usaha secara bersama-sama sehingga memunculkan <i>sense of belonging</i> terhadap usaha yang dijalankan. Indikator capaiannya, mitra punya strategi pengembangan pasar baru melalui varian produk Kaspica (berbahan <i>kasbi</i> dan pisang) 	Ceramah, diskusi dan tanya jawab
2	Belum memiliki merek dan kemasan produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan mengenai merek dan kemasan produk. Mitra perlu diberikan pemahaman akan pentingnya merek merupakan identitas produk krepek yang dimiliki baik dari aspek pemasaran maupun aspek hukum. 2. Mendesain kemasan produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Ceramah, diskusi (menggunakan pendekatan PRA) dan tanya jawab. - Pendampingan pembuatan desain

		Tim akan mendesain kemasan produk setelah berdiskusi terlebih dahulu dengan mitra untuk memotret keinginan mitra mengenai fitur penting yang akan ditonjolkan pada kemasan. Ini dimaksudkan juga untuk menciptakan <i>sense of belonging</i> pada anggota mitra.	produk oleh Tim pada mitra.
3	Minimalnya pemahaman mitra untuk mengembangkan varian baru produk Pisang Mulu Bebe	Untuk mengenalkan kepada mitra akan varian olahan - pisang lainnya yang bisa dikembangkan.	Pendampingan dan pelatihan pengolahan varian produk baru dari pisang Mulu Bebe dan diberi merek Tortila.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Solusi dan Implementasi Kegiatan

a. Pelatihan Kewirausahaan Pada Kelompok Mitra

Pelatihan kewirausahaan bertujuan membuka wawasan anggota mitra sehingga termotivasi untuk mengenali dan mengembangkan potensi diri setelah mereka mengenal kapasitas sumberdaya yang dimiliki di desanya. Selanjutnya, mitra akan diajak secara partisipatif mengevaluasi apa yang telah mereka kerjakan selama ini sehingga mereka mampu mengenali kekurangan serta hambatan dan kekuatan yang dimiliki. Selain itu mitra diajak untuk melihat peluang usaha yang ada dengan melakukan pemetaan pasar secara bersama-sama. Ini dimaksudkan agar mitra bisa melakukan ekspansi pasar ke daerah sekitarnya mengingat selama ini hasil produksi krepek hanya di jual di Desa Paca. Selain itu anggota mitra mitra juga diberi pelatihan mengenai “*Manajemen Usaha dan Pengembangannya*”, disini mitra diajak secara partisipatif untuk menyusun strategi pengembangan usaha secara bersama-sama sehingga memunculkan *sense of belonging* terhadap usaha yang dijalankan. Semua topik pelatihan yang diberikan disajikan melalui ceramah dan diskusi serta tanya jawab yang bertujuan untuk melibatkan partisipasi peserta (mitra) dapat dilihat pada Tabel 1 yang telah disajikan sebelumnya. Gambar 2 mendeskripsikan para mitra yang bekerjasama selama pelatihan dilaksanakan.



Gambar 2 Kegiatan penyajian materi pelatihan bersama mitra

b. Pelatihan Merek dan Kemasan Produk

Pelatihan mengenai merek dan kemasan produk termasuk mendesain kemasan produk kepada kelompok mitra bertujuan memberikan pemahaman atas pentingnya memiliki merek, kemasan produk. Kepemilikan merek serta kemasan produk berkaitan dengan identitas produk yang diproduksi, baik dari aspek keamanan produk, aspek pemasaran serta aspek hukum. Untuk menentukan nama merek produk Tim PKM mengajak anggota mitra bersama-sama memikirkan nama yang tepat untuk mencerminkan ketiga produk tersebut. Tim memfasilitasi untuk mendesain nama merek sesuai keinginan anggota mitra BarTer. Setelah melalui diskusi dan kesepakatan bersama maka mitra memutuskan memberikan nama merek *Kaspica* (*Kasbi* Pisang Paca) yang mendeskripsikan bahwa produk ini adalah produk berbahan dasar *Kasbi* dan Pisang dari Desa Paca. Untuk menemukan desain kemasan produk Tim juga akan berdiskusi dengan kelompok mitra guna menemukan keinginan mitra terkait fitur yang akan ditonjolkan dalam dalam kemasan nantinya. Ini bertujuan menciptakan *sense of belonging* antar anggota mitra atas apa yang telah digagas bersama. Gambar 3 mendeskripsikan keinginan mitra memiliki kemasan produk baru dengan nama kemasan *Kaspica* untuk ketiga varian produk yaitu Tortila, Emping dan Krepek.



Gambar 3. Contoh desain kemasan (tampak muka) merek produk Kaspica

Untuk ketiga produk *Kaspica* semua disajikan dalam kemasan *standing pouch* yang didesain unik sehingga ketika diletakkan di rak pajangan akan terlihat rapi untuk menarik minat konsumen melakukan pembelian. Penggunaan fitur *zipper lock* membuat kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali. Bahan kemasan dari kertas kraft, dipilih karena lebih praktis untuk konsumen dan disukai karena isi kemasan lebih awet. Selain itu bahan kemasan bersifat ramah lingkungan.

c. Mengenalkan Mitra Atas Varian Produk Olah Pisang dan *Kasbi* Lainnya

Pada bagian ini Tim mengenalkan varian produk olahan pisang dan *kasbi* lainnya yang bertujuan menciptakan kreativitas kelompok mitra serta menemukan varian-varian baru dari produk krepek pisang mulu bebe maupun *kasbi* yang mereka miliki. Beberapa produk olahan yang dikenalkan kepada mitra adalah Tortila dan Emping. Atas kesepakatan bersama maka Tim PKM mengagihkan satu hari untuk melakukan pelatihan cara memproduksi Tortila, Krepek dan Emping. Untuk memperlancar proses pelatihan, anggota mitra menyediakan bahan mentah berupa pisang, *kasbi* dan bumbu dapur untuk membuat racikan serta peralatan untuk memasak.

Mitra dibagi dalam tiga kelompok besar yang bertugas untuk menghasilkan produk Tortila, kelompok kedua untuk menghasilkan produk Emping sedangkan kelompok ketiga untuk memproduksi Krepek dengan cara yang lebih baik dan sehat. Kegiatan memproduksi

memerlukan waktu empat jam karena juga diproduksi dalam jumlah cukup banyak sehingga semua anggota mitra bisa mencicipinya sekaligus momen ini dipakai untuk mengevaluasi hasil olahan varian baru tersebut. Tim PKM pun dibagi dalam tiga kelompok yang bertanggung jawab masing-masing kepada tiga kelompok produksi varian produk baru tersebut. Kegiatan pelatihan ini dapat dilihat pada Gambar 4 dan 5 berikut ini. Gambar 5 memperlihatkan hasil varian olahan produk *Kasbi* dan Pisang dengan menggunakan kemasan plastik biasa, belum menggunakan kemasan baru *Kaspica* karena pada pelatihan ini Tim dan mitra baru sampai pada tahapan melakukan desain nama merek dan kemasan.



Gambar 4. Kegiatan pelatihan varian olahan produk Pisang & *Kasbi*



Gambar 5. Hasil varian olahan produk *Kasbi* & Pisang

3.2. Indikator Capaian

Kegiatan pelatihan ini menambah daya kreativits mitra untuk menciptakan nama merek selain kemasan produk dan juga mampu memproduksi varian baru atas olahan *kasbi* dan pisang. Selama ini produk yang dihasilkan hanya dalam bentuk krepek pisang yang digoreng saja. Pelatihan ini memiliki beberapa luaran yang pertama penambahan varian produk baru yaitu produk tortila dan emping. Luaran kedua adalah desain nama merek yaitu merek *Kaspica* untuk tiga produk yaitu Tortila, Krepek Pisang dan Emping. Luaran yang ketiga adalah desain kemasan untuk produk Tortila, Krepek Pisang dan Emping.

Beberapa hambatan yang dihadapi selama proses kegiatan berlangsung antara lain waktu yang tidak terlalu fleksibel mengingat kebanyakan dari mereka bekerja di kebun hampir setiap hari

sehingga memerlukan beberapa kali janji temu untuk pelaksanaan kegiatan. Sementara keinginan anggota mitra untuk menambah dan menciptakan produk baru serta kerinduan mereka memiliki nama merek serta kemasan yang bagus menjadi poin pendorong dalam pelaksanaan kegiatan ini.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada kelompok perempuan BarTer di Desa Paca menghasilkan beberapa luaran, antara lain *pertama* mitra mengetahui kekurangan dan mengenali peluang usaha baru berupa varian produk baru serta mampu memetakan wilayah pemasaran baru di sekitar Desa Paca. *Kedua* mitra memiliki nama merek “Kaspica” dan desain kemasan untuk produk barunya. Kegiatan ini berdampak pada peningkatan kreativitas dan perbaikan ekonomi anggota mitra. Diharapkan dengan kebaharuan produk yang dihasilkan, mitra mampu menindaklanjuti untuk mendapatkan ijin usaha dan ijin edar produk dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Selain itu perlu adanya pelatihan penguatan kelembagaan mitra untuk keberlanjutan usaha.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini kami sebagai Tim menyampaikan terima kasih kepada kelompok perempuan BarTer sehingga PKM dapat terlaksana dengan baik. Demikian juga kepada Pemerintah Desa Paca yang telah memberikan kesempatan kepada Tim untuk melakukan PKM di Desa Paca.

Daftar Pustaka

- BPS Kabupaten Halmahera Utara. (2022). Indikator Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Halmahera Utara. (2022). Tobelo: BPS Kabupaten Halmahera Utara.
- Pudjihastuti, Isti., Edy Supriyono, Retno Hartati. (2011). Pemberdayaan Industri Kecil Kripik Pisang Dalam Upaya Menuju Industri Mandiri. Jurnal Gema Teknologi Vol. 16 No. 2 Periode Oktober 2010 - April 2011.
- Ardhanari, M. (2012). Pengaruh Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand, Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol .8 No. 2 September 2008 Hal 58-69.
- Setiawati, Mega., Rudolf Lumbantobing. (2017). Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 12, No. 1, Januari – Juni 2017.
- Mascarenhas, James. (1991). Participatory Rural Appraisal and Participatory Learning methods: recent experiences from Myrada and South India. RRA Notes (1991), Issue 13, pp.26–32, IIED London.
- Chambers, Robert. (1996). PRA (Participatory Rural Appraisal) Memahami Desa Secara Partisipatif. Yogyakarta: Kanisius