

Pembuatan Keripik Kelapa Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pasca Bencana di Kabupaten Lombok Utara

Yuli Agustina, Prayudhila Regita Septiany*, Arlinda, Kiki Safitri
Universitas Negeri Malang, Jalan Semarang 5 Malang

Corresponding author: prayudhilaregita@gmail.com

Abstrak

Peristiwa bencana alam gempa bumi di Lombok pada tahun 2018 lalu menyisakan duka dan mengakibatkan masyarakat kehilangan pekerjaan. Secara umum datangnya bencana bumi memang memunculkan kerugian, baik secara materil maupun non-materi. Kondisi seperti ini tidak untuk diratapi terlalu lama, akan tetapi harus segera dilakukan upaya pemulihan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah memulihkan aktivitas ekonomi dengan cara mengembangkan inovasi dari potensi lokal masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui tahap persiapan pelaksanaan program dengan melakukan koordinasi dan sosialisasi yang dilaksanakan kepada masyarakat, serta melakukan tahapan proses pelaksanaan program dengan melakukan workshop di masing-masing dusun yang ada di Desa Pendua. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Pendua memperoleh keterampilan dalam membuat keripik kelapa yang bernilai jual dan mampu menjadi alternatif upaya peningkatan kapasitas masyarakat di bidang. Selain itu, dalam kegiatan ini masyarakat juga diajari melakukan online marketing strategy yang bertujuan untuk memasarkan produk keripik kelapa agar dikenali oleh masyarakat luas.

Kata kunci— pemulihan ekonomi pasca gempa, keripik kelapa, Desa Pendua, online marketing strategy

Abstract

The natural disasters of the earthquake in Lombok in 2018 left mourning and caused the community to lose their jobs. In general, the arrival of an earthquake does bring about losses, both materially and non-materially. Such conditions are not to be mourned for too long, but recovery efforts must be made immediately. One way that can be done is to restore economic activity by developing innovations from the local potential of the community. This community service activity is carried out through the preparation stage of program implementation by coordinating and socializing carried out to the community, as well as carrying out the stages of the program implementation process by conducting workshops in each hamlet in Pendua Village. The results of this activity showed that the Village of Pendua obtained skills in making coconut chips that are of value and were able to be an alternative effort to increase community capacity in the field. In addition, in this activity the community was also taught to do an online marketing strategy aimed at marketing coconut chip products to be recognized by the wider community.

Keywords— post-earthquake economic recovery, coconut chips, Pendua Village, online marketing strategy

1. PENDAHULUAN

Sebagai negara kepulauan terbesar, Indonesia memiliki kebun kelapa (*Cocos nucifera*) terluas di dunia, seluas 3.745.000 ha, yang hampir seluruhnya adalah perkebunan rakyat dan merupakan sumber penghasilan sekitar dua setengah juta keluarga petani. Luas areal perkebunan kelapa di Indonesia sebagian besar diusahakan sebagai perkebunan rakyat yang tersebar di seluruh pelosok nusantara dengan rincian pulau Sumatera 32,9%, Jawa 24,3%, Sulawesi 19,3%, Kepulauan Bali, NTB dan NTT 8,2%, Maluku dan Papua 7,8%, dan Kalimantan 7,5% (Negoseno, 2003).

Desa Pendua merupakan salah satu desa di wilayah Kecamatan Kayangan, Kabupaten Lombok

Utara, Nusa Tenggara Barat. Desa Pendua memiliki luas sebesar 513 Ha yang terdiri dari areal persawahan seluas 365.49 Ha, lahan perkebunan seluas 108.49 Ha, pemukiman seluas 16.72 Ha, perkantoran 1.50 Ha, pekuburan dan prasarana umum lainnya seluas 5.3 Ha. Desa Pendua ditinggali oleh sejumlah 2.631 jiwa. Sejumlah 763 jiwa penduduk Desa Pendua bermata pencaharian sebagai petani atau berkebun.

Dalam sektor pertanian dan perkebunan, Desa Pendua memiliki topografi yang cocok untuk ditanami tanaman kelapa. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (Pemprov NTB) pada tahun 2010 mulai mengembangkan kebun kelapa rakyat seluas 400 hektar untuk wilayah Kabupaten Lombok Utara.

Pengembangan kelapa rakyat tersebut dilakukan di sepanjang kebun yang cocok untuk ditanami kelapa sebagai terobosan unggulan daerah yang dilakukan oleh Dinas Perkebunan Nusa Tenggara Barat.

Melimpahnya tumbuhan kelapa menjadikan kelapa sebagai komoditas perkebunan yang menjadi unggulan di Desa Pendua. Kelapa (*cocos nucifera*) merupakan komoditi penting dan bernilai ekonomi karena dari buah, daun dan batangnya dapat dimanfaatkan (Hamka, 2012). Produk tanaman kelapa, selain bisa memenuhi kebutuhan masyarakat, juga sebagai sumber devisa negara melalui kegiatan ekspor. Buah kelapa merupakan sumber minyak dan lemak nabati yang bagus (Subagio, 2011). Selain itu, produk tanaman kelapa juga bisa digunakan sebagai sumber bahan baku berbagai industri lainnya, seperti santan, kelapa segar, berbagai jenis *oleo chemical*, berbagai produk dari sabut dan tempurung kelapa, mempunyai prospek pasar yang baik.

Daging kelapa sebagai bagian terpenting dari kelapa mempunyai komposisi yang sangat baik sebagai bahan pangan. Buah kelapa yang sudah tua mengandung kalori yang tinggi, sebesar 354 kal per 100 gram, yang berasal dari minyak kurang lebih 33 %, karbohidrat 15 % dan protein 3% (Subagio, 2011). Komposisi ini menunjukkan daging buah kelapa mengandung kalori yang tinggi, dengan sumber kalori mayoritas adalah minyak (79%), disusul kemudian dengan karbohidrat (18 %) dan protein (3%) Hal ini berarti, kelapa dapat digunakan sebagai sumber dari nutrisi tersebut sebagai bahan pangan.

Namun, sangat disayangkan karena komoditas buah kelapa masih kurang dimaksimalkan oleh para petani Desa Pendua. Buah kelapa di Desa Pendua, pada saat ini belum banyak yang diolah menjadi sebuah makanan atau olahan yang beraneka ragam yang bisa mendatangkan nilai ekonomis yang lebih besar. Hal tersebut mengakibatkan agribisnis kelapa tidak berhasil mendistribusikan nilai tambah secara optimal, sehingga pengaruh terhadap pemulihan ekonomi petani kelapa pasca bencana gempa bumi yang menimpa pada Desa Pendua pada tahun 2018 silam tidak begitu signifikan. Bencana gempa bumi yang menimpa Desa Pendua pada tahun 2018 silam mengakibatkan kerusakan luar biasa yang mempengaruhi segala aspek kehidupan. Selain memiliki dampak pada aspek psikologi, fisik, sosial, bencana alam ini sangat berpengaruh pada bidang ekonomi daerah (Emrizal, 2015). Dalam kondisi ini, sektor perdagangan dan industri mengalami dampak terparah.

Melimpahnya hasil panen kelapa muda di Desa

Pendua membuat peluang bisnis yang menguntungkan bagi masyarakat jika kelapa muda dapat diolah dan dipasarkan dengan baik. Pengolahan kelapa muda disamping untuk mempertahankan mutu, mampu diolah menjadi suatu produk baru yang dapat menunjang peningkatan pendapatan masyarakat.

Keberhasilan suatu usaha tani antara lain dapat diukur dari tingkat pendapatan yang diperoleh. Pendapatan atau keuntungan usaha pada bidang pertanian ini adalah selisih antara penerimaan usahatani dengan biaya yang dikeluarkan. Besarnya pendapatan yang diterima merupakan balas jasa untuk tenaga kerja keluarga dan modal yang dipakai dan pengelolaan dalam kegiatan usaha tani.

Salah satu produk olahan yang mudah dan bisa dilakukan oleh masyarakat Desa Pendua adalah pembuatan kripik kelapa. Kripik kelapa ialah produk yang dibuat dari daging buah kelapa yang, berwarna putih, renyah dan manis serta mempunyai bau khas kelapa (Rizky & Mavianti, 2019). Pada umumnya, buah kelapa yang digunakan untuk pembuatan olahan kripik ini adalah buah kelapa yang berumur 7-8 bulan. Olahan kripik dari buah kelapa ini bisa dikonsumsi sebagai makanan ringan atau makanan yang dikeringkan. Sehingga untuk membuat olahan tersebut dibutuhkan pelatihan kepada masyarakat Desa Pendua untuk mengolah hasil panen buah kelapa, supaya bisa memiliki nilai jual yang lebih tinggi dari pada dijual buahnya saja tanpa melalui proses pengolahan.

Program pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan kripik kelapa ini, dirancang sebagai upaya untuk memberikan nuansa kesetaraan, kemitraan dan kebersamaan sebagai landasan bagi proses pendampingan yang harmonis. Selain itu, program pemberdayaan masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian rakyat sekaligus juga menghasilkan devisa, dan diharapkan mampu menampung kebutuhan masyarakat, membangun kemampuan dalam meningkatkan pendapatan, melaksanakan usaha yang berskala bisnis serta mengembangkan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang partisipatif.

2. METODE

Mekanisme pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat ini dilaksanakan melalui program pemberdayaan masyarakat di bidang usaha ekonomi yakni dengan pendampingan pembuatan kripik kelapa. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program pembuatan kripik kelapa meliputi

persiapan, riset pasar dan formulasi produk, dan strategi pemasaran.

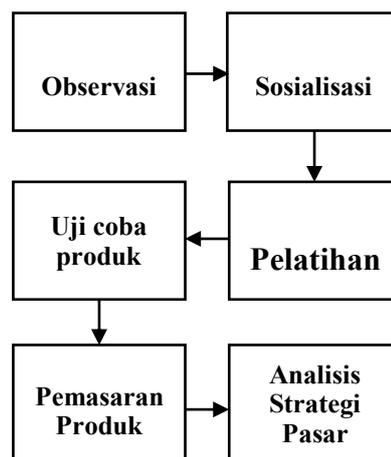
Tahapan dalam pelaksanaan kegiatan ini yakni melalui persiapan pelaksanaan program dan proses pelaksanaan program. Tahap persiapan pelaksanaan program dilaksanakan melalui observasi desa dengan mencari potensi sumber daya alam yang unggul di Desa Pendua, observasi dilakukan melalui observasi lapangan serta melakukan konsultasi dengan kepala desa setempat untuk mengetahui peluang usaha, tantangan, bahan baku dan pemasaran yang dimiliki oleh Desa Pendua ini.

Setelah proses observasi selesai, dilanjutkan dengan melakukan proses uji percobaan pembuatan keripik kelapa. Pada tahap ini juga dilakukan riset pasar untuk mencari dan memastikan supplier bahan baku yang diperlukan dan menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha ini. Uji percobaan dimaksudkan untuk memperoleh formulasi yang tepat dan komposisi bahan yang seimbang sehingga produk yang dihasilkan dapat menjadi produk unggulan di masyarakat.

Sedangkan tahap proses melaksanakan program, dilaksanakan dengan cara melakukan *workshop* ke masing-masing dusun yang ada di Desa Pendua, yaitu Dusun Senggol, Dusun Pendua Lauk, Dusun Pendua Daya, Dusun Setangi, Dusun Sentul, Dusun Sentul Asli, dan Dusun Lokok Bata, untuk memberikan pelatihan pembuatan keripik kelapa. Pada tahap ini masyarakat juga diedukasi bahwa kelapa tidak hanya bisa digunakan untuk bahan memasak, tetapi juga bisa diberikan sentuhan kreativitas melalui kegiatan pengolahan menjadi beberapa olahan yang memiliki nilai jual yang tinggi.

Selain memberikan pelatihan pembuatan keripik kelapa, dilaksanakan pula pemberian pelatihan mengenai perancangan strategi *marketing* yang ditujukan kepada para pemuda karang taruna “Tuget Karya”. Pada pelatihan ini pemuda diajarkan *marketing* melalui media *online*. Strategi pemasaran *online* atau sering disebut dengan *online marketing strategy* merupakan segala usaha (bisnis) yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media *online*, yakni media internet. Media *online* dipilih karena lebih praktis dan tentunya akan mengurangi biaya untuk promosi karena hanya berbekal model produk yang menarik dan kuota untuk mengakses internet.

Gambaran metode program pemberdayaan ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Metode program pemberdayaan keripik kelapa

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menghasilkan suatu produk tentunya diperlukan beberapa tahap yang harus dilakukan. Tahap awal yang dilakukan dalam pelaksanaan program ini adalah pendampingan pelatihan pembuatan keripik kelapa kepada masyarakat Desa Pendua. Kegiatan pendampingan ini diawali dengan koordinasi dan sosialisasi yang dilaksanakan kepada masyarakat, serta menentukan jadwal pelaksanaan pendampingan pelatihan pembuatan keripik kelapa. Hal ini dimaksudkan supaya jumlah masyarakat Desa Pendua yang bisa mengikuti sosiali lebih banyak jumlahnya.



Gambar 2. Proses koordinasi dengan pihak masyarakat Desa Pendua sebelum pelaksanaan program

Sosialisasi awal terkait program pemberdayaan ekonomi pasca bencana melalui pelatihan pembuatan keripik kelapa dalam forum terbuka sangatlah penting dilakukan terlebih dahulu sebelum tahapan proses lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk: Pertama, guna mengedukasi masyarakat dalam mengenali potensi alam terbesar yang ada di desanya serta mengolahnya

dengan optimal. Kedua, mengedukasi masyarakat terkait pemanfaatan potensi alam yang melimpah untuk diinovasikan menjadi produk bernilai jual tinggi. Tujuan lainnya yakni untuk menciptakan peluang usaha melalui olahan produk lokal yang memiliki ciri khas yang mana kedepan diharapkan dapat menjadi produk unggulan desa.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan secara berkala di setiap dusun yang ada di Desa Pendua, dimulai dari Dusun Sentul, Dusun Setangi, Dusun Pendua Daya, Dusun Lokok Bata, Dusun Pendua Lauk yang pelaksanaannya bersamaan dengan Dusun Senggol, dan diakhiri dengan pelatihan yang dilaksanakan di Dusun Sentul Asli.



Gambar 3. Proses pemaparan materi di kegiatan ini

Selama kurang lebih 3 pekan pelatihan diberikan kepada kelompok ibu-ibu yang ada di masing-masing dusun. Adapun proses dalam pendampingan pelatihan ini meliputi pemilihan buah kelapa yang kepalem (tidak terlalu muda dan juga tidak terlalu tua), proses perajangan kelapa menggunakan alat perajang, proses pengeringan (dalam proses ini bisa dioven agar hasil pengeringannya maksimal atau juga dapat dijemur dengan bantuan panas matahari), proses pembuatan adonan kripik dengan takaran bahan-bahan yang sesuai, cara penggorengan yang baik agar menghasilkan kripik yang bentuknya menarik, dan dapat membuat kripik yang renyah dan gurih.

Hasil produksi dari pelatihan tersebut nantinya akan dipergunakan sebagai sampel penjualan yang akan diperjualkan di warung-warung kelontong yang ada di desa, serta diperjualkan di obyek wisata maupun untuk pasar modern sekaligus BUMDES (Badan Usaha Milik Desa).

Kemudahan dalam pelatihan pembuatan kripik kelapa semakin dirasakan ketika proses merajang kelapa dipermudah dengan adanya bantuan alat perajang kelapa secara manual yang disediakan di masing-masing dusun. Efisiensi waktu juga dapat

dirasakan, diawali dengan pemberian arahan ibu-ibu yang mengikuti pelatihan sangat tanggap, yakni tercipta pembagian tugas dalam pelaksanaannya baik yang merajang ataupun yang membuat adonan hingga proses penggorengan. Ibu-ibu semakin tertarik lagi setelah mencicipi hasil kripik kelapa yang telah dipraktikkan secara langsung.



Gambar 4. Proses penyiapan bahan dengan cara pengupasan kelapa

Pelatihan pembuatan kripik kelapa oleh ibu-ibu PKK maupun ibu-ibu KWT menumbuhkan rasa percaya diri di antara ibu-ibu anggota KWT untuk mempraktekkan sendiri dirumah masing-masing bahkan berniat untuk dijadikan sebagai inovasi baru dalam menambah produk usaha KWT yang sudah berjalan di dusunnya.

Dari pelaksanaan program kegiatan pendampingan masyarakat Desa Pendua menghasilkan suatu produk yakni mengolah kelapa muda menjadi kripik kelapa sebagai inovasi sumber daya lokal desa yang berdaya saing, serta dapat meningkatkan daya jual kelapa muda yang merupakan potensi unggulan di Desa Pendua.

Produk kripik kelapa ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain: 1) Tidak mengandung bahan pengawet, karena dalam proses pembuatan kripik kelapa menggunakan bahan-bahan alami yang tidak mencampurkan dengan bahan kimia, 2) Memiliki cita-rasa yang khas, cita rasa khas disini yaitu karena berasal dari rasa asli buah kelapa yaitu gurih, dan 3) Terdapat beberapa varian rasa di dalam kripik kelapa, tidak hanya varian asli original tetati rasa dari produk kripik kelapa ini yaitu balado, jagung manis, dan barbeque dimana varian rasa tersebut menambah daya tarik konsumen untuk membelinya.

Selain memberikan pelatihan pembuatan kripik kelapa, dilaksanakan pula pemberian pelatihan

mengenai strategi marketing yang ditujukan kepada para pemuda karang taruna “Tuget Karya”. Dalam pemasaran produk keripik kelapa ini lebih memanfaatkan media sosial. Strategi pemasaran online (*online marketing strategy*) merupakan segala bentuk usaha yang berkaitan dengan bisnis guna memasarkan suatu produk ataupun jasa melalui media online yakni internet (Setiawati & Widyartati, 2017). Namun, tidak hanya dilakukan pemasaran saja. Dalam dunia kewirausahaan perlu diadakannya suatu proses *branding* agar produk memiliki nilai jual tinggi dimata para konsumen. *Branding* dipilih dengan cara memberikan merk pada produk keripik kelapa “Sale Nyuh”. Kegiatan ini bertujuan untuk memasarkan produk keripik kelapa agar dikenali oleh masyarakat luas.

Kebermanfaatan dari program kegiatan ini adalah untuk mengetahui bahwa adanya produk keripik kelapa “Sale Nyuh” tersebut dapat dijadikan sebagai upaya pemulihan ekonomi pasca bencana di desa Pendua. Semula buah kelapa yang tidak dimanfaatkan secara maksimal dan hanya dijadikan sebagai santan, tetapi sekarang bisa dijadikan olahan keripik kelapa yang salah satunya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat desa Pendua.

4. KESIMPULAN

Melalui pelaksanaan program pendampingan pembuatan keripik kelapa yang dilaksanakan di Desa Pendua ini dapat diketahui bahwa kegiatan ini dapat digunakan sebagai salah satu alternatif dalam upaya peningkatan kapasitas masyarakat di bidang ekonomi dengan memanfaatkan hasil alam yakni kelapa yang diolah menjadi keripik kelapa. Selain memberikan pendampingan pelatihan pembuatan keripik kelapa, diadakan pula pelatihan mengenai strategi *online marketing* sebagai edukasi strategi pemasaran keripik kelapa yang akan digunakan kedepannya. Keripik kelapa merupakan peluang bisnis baru di Desa Pendua. Usaha ini memiliki peluang yang cukup besar dikarenakan belum adanya UKM (Usaha Kecil Menengah) yang membuat produk ini sebelumnya. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kewirausahaan keripik kelapa meliputi persiapan, riset pasar dan formulasi produk, dan strategi pemasaran. Metode ini digunakan agar konsep usaha keripik kelapa ini lebih matang, dan siap untuk bersaing dengan produk cemilan lainnya yang beredar di pasaran. Kegiatan ini bisa terus dilanjutkan dengan menggunakan inovasi-inovasi yang lebih terbarukan. Tentunya pangsa pasar dari produk ini tidak hanya masyarakat sekitar tetapi juga bisa lebih luas lagi hingga ke luar provinsi. Hal tersebut bisa dilakukan dengan mengelola media sosial secara maksimal supaya banyak masyarakat yang tertarik dengan

produk yang telah dikembangkan. Sehingga pendapatan masyarakat Desa Pendua juga semakin meningkat pasca bencana yang melanda desa tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Emrizal. (2015). Pemulihan Ekonomi Dengan Usaha Mikro Pasca Gempa Dan Tsunami Tahun 2009 Di Sumatera Barat. *SNEMA-2015*, 81–86.
- Hamka, H. (2012). Analisis faktor produksi tanaman kelapa (*Cocos nucifera*) terhadap pendapatan petani. *Agrikan: Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan*, 5(1), 49. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.5.1.49-56>
- Negoseno. (2003). Reinventing Agribisnis Perkelapaan Nasional. *Ditjen Bina Produksi Perkebunan*, 17–27.
- Rizky, R. N., & Mavianti. (2019). Keripik Kelapa: Peluang Usaha Baru di Dusun 3 Tanjung Anom, Deli Serdang. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3633>
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Bingkai Manajemen*, 5.
- Subagio, A. (2011). Potensi Daging Buah Kelapa sebagai Bahan Baku Pangan Bernilai. *Jurnal Pangan*, 20(1), 12.
- Wulandari, E., & Zubaidah, E. (2016). *Kebab Bakso Bakar: Inovasi Kuliner Khas Kota Malang Menjadi Modern Sebagai Upaya Pelestarian Kuliner Bangsa*. 4(1), 8.