



PENGOLAHAN KERIPIK PISANG COKLAT DESA WISATA SESAOT, KABUPATEN LOMBOK BARAT

Oleh

Murianto<sup>1</sup>, Lalu Masyhudi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email: [1muriantompar@gmail.com](mailto:1muriantompar@gmail.com), [2laloemipa@gmail.com](mailto:2laloemipa@gmail.com)

Abstrak

*Pengolahan pisang di pulau Lombok sangat beragam, mulai dari digoreng, dibakar, direbus, dikolak. Salah satu olahan pisang yang cukup populer adalah keripik pisang. Keripik pisang biasanya dijadikan cemilan bagi masyarakat Indonesia. Pembuatan keripik pisang saat ini masih terbatas pada usaha kecil atau industri rumah tangga dengan ditujukan untuk pasaran lokal. Desa Sesaot Kecamatan Narmada, Lombok Barat. Metode pelaksanaan, sebagai awal maka dilakukan kegiatan pengumpulan informasi untuk mengetahui kondisi lokasi dan kebutuhan riil. Selanjutnya, tim akan melakukan pengabdian dalam dua tahap sekaligus. Pertama, melakukan edukasi, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan inovasi baru dalam pengolahan hasil kebun (buah pisang) menjadi sebuah makanan berupa keripik pisang coklat. Dengan terus meningkatkan minat masyarakat dalam mengolah dan menciptakan inovasi baru dalam hal pengolahan hasil kebun (buah pisang) di harapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa wisata sesaot, serta masyarakat lebih bervariasi dan menciptakan rasa baru dan desain baru yang sesuai dengan tren dipasaran dan perkembangan wisata di lombok. UMKM, Masyarakat dan pemerintah harus berkerjasama secara baik dalam membangun sinergitas untuk memajukan UMKM Kripik pisang ini.*

**Kata Kunci : Promosi, Kripik Pisang, Desa Wisata**

**PENDAHULUAN**

Sektor pertanian dan perkebunan memegang peranan yang penting dalam pembangunan. Pentingnya peran sektor ini sebagai prioritas utama dalam setiap tahapan pembangunan untuk mendukung pariwisata di Pulau Lombok. Pertanian bisa dikatakan andalan dan sektor fundamental bagi pembangunan sosial ekonomi pulau Lombok karena merupakan elemen dan faktor utama dalam nasional dan daerah di pulau Lombok. Pembangunan ekonomi pertanian dan perkebunan yaitu dengan cara mengolah dan memanfaatkan produk olahan hortikultura menjadi bahan setengah jadi atau produk jadi disebut sebagai agroindustry guna mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan dapat meningkatkan sosial ekonomi

masyarakat. Salah satu hasil perkebunan yang diolah menjadi produk souvenir adalah pisang.

Pengolahan pisang di pulau Lombok sangat beragam, mulai dari digoreng, dibakar, direbus, dikolak. Salah satu olahan pisang yang cukup populer adalah keripik pisang. Keripik pisang biasanya dijadikan cemilan bagi masyarakat Indonesia. Pembuatan keripik pisang saat ini masih terbatas pada usaha kecil atau industri rumah tangga dengan ditujukan untuk pasaran lokal. Desa Sesaot Kecamatan Narmada, Lombok Barat, tidak saja kaya dari sisi potensi wisata alamnya. Namun desa ini juga memiliki kekayaan kuliner dan produk olahan hingga kerajinan dan kripik pisang yang bisa menjadi daya tarik wisatawan. Bahkan, aneka produk olahan di desa ini sudah menembus pasar ritel modern. Dan mampu menyerap tenaga kerja, meskipun di tengah



kondisi Pandemi. Produk olahan yang diproduksi pun dibuat dari bahan baku dari daerah sekitar. Warga mengambil dari hasil hutan bukan kayu (HHBK) yang ada di kawasan desa Sesaot. UMKM ini memiliki berbagai produk salah satunya kripik Pisang Coklat.

Pengembangan UMKM kripik Pisang yang dimiliki masyarakat di Desa Wisata Sesaot terus berkembang dengan baik. UMKM membuat inovasi baru dari kripik pisang yaitu dengan rasa coklat. Karena coklat juga merupakan varian rasa yang cukup digemari dalam dunia cemilan. Dengan memproduksi cemilan yang lezat juga bergizi dengan harga terjangkau diharapkan kripik pisang ini dapat menjadi makanan tradisional yang tidak kalah eksistensi dengan cemilan-cemilan kekinian yang cukup populer dan dapat menjadi makanan tradisional Indonesia yang bisa dinikmati oleh masyarakat dan wisatawan. Melihat potensi tersebut, memungkinkan untuk mengembangkan usaha sederhana ini menjadi besar. Meskipun, pelaku usaha industry rumahan tidak tamat SD, namun mampu mengembangkan usaha dan mempekerjakan banyak warga. Bahkan pelaku usaha ini mundur dari penerima bantuan program keluarga harapan (PKH)

### Tujuan & Manfaat

Tujuan dan manfaat dalam pengabdian kepada masyarakat ini antara lain :

- Mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi
- Memberdayakan semangat dan kemampuan kewirausahaan di kalangan masyarakat yang mampu diandalkan dalam berwirausaha
- Dapat membantu para petani yang menanam pohon pisang
- Memasarkan produk hasil olahan kripik pisang coklat kepada berbagai kalangan khususnya mahasiswa dan memenuhi kebutuhan konsumen

- Memperkenalkan hasil olahan sendiri agar mengetahui bahwa kripik pisang coklat ini mempunyai nilai cita rasa yang tinggi

### LANDASAN TEORI

#### Aspek Pemasaran

- a. Segmentasi Pasar Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula (Purwana & Hidayat & Hidayat, 2016) - Segmentasi berdasarkan demografis, yaitu laki-laki dan perempuan, semua umur (kecuali balita). - Segmentasi berdasarkan geografis, yaitu masyarakat di jalan Rawamangun muka, Jakarta timur.
- b. Sasaran Pasar Sasaran pasar yaitu menentukan beberapa segmen yang layak karena dianggap paling potensial. Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi kearifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani (Purwana & Hidayat, 2016). Usaha Kripik Pisang Coklat ini menargetkan laki-laki dan perempuan dari anak-anak hingga orang dewasa.
- c. Positioning Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen (Purwana & Hidayat, 2016).

#### Promosi

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru (Purwana & Hidayat, 2016). Berikut ini adalah



bentuk promosi yang dilakukan oleh usaha Kripik Pisang Coklat yaitu :

- Periklanan Bentuk promosi yang dilakukan oleh Kripik Pisang Coklat yaitu dengan cara membagikan brosur ke masyarakat, dan juga menggunakan media sosial seperti Line dan Instagram sebagai media promosi.
- Hubungan Masyarakat Bentuk promosi yang digunakan Kripik Pisang Coklat adalah dengan lebih mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan tersebut berupa menggunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap konsumen di media offline maupun online (Line, dan Instagram). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen diharapkan dapat membina hubungan yang baik sehingga konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.
- Penjualan Personal Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh Kripik Pisang Coklat yaitu melalui promosi secara langsung dengan memberikan sample kepada keluarga, teman, dan masyarakat di sekitar rumah.
- Promosi Penjualan Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha Kripik Pisang Coklat yaitu dengan memberikan promo berupa buy 4 get 1 free guna untuk menarik konsumen pada minggu pertama saat pembukaan awal usah

## METODE

Metode pelaksanaan, sebagai awal maka dilakukan kegiatan pengumpulan informasi untuk mengetahui kondisi lokasi dan kebutuhan riil. Selanjutnya, tim akan melakukan pengabdian dalam dua tahap sekaligus. Pertama, melakukan edukasi, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan inovasi baru dalam pengolahan hasil kebun (buah pisang) menjadi sebuah makanan berupa kripik pisang coklat yang bisa di jadikan sebagai Kripik Pisang Coklat di Desa Wisata Sesaot. Kedua, melakukan pengembangan

dalam pengolahan Hasil kebun (buah pisang). Dalam tahap ini akan dipaparkan cara pengolahan Hasil kebun (buah pisang) menjadi Kripik Pisang Coklat yang sudah dirancang oleh tim, yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pasar yang ada di pulau Lombok dan Bali.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Usaha

Keripik Pisang Coklat merupakan salah usaha yang dikembangkan salah satu UMKM (Usaha Kecil Mengengah) di Desa Wisata Sesaot, Kabupaten Lombok Barat. Promosi dan Pemasaran produk kripik pisang Coklat menggunakan media online dan offline. Keunikan dan keunggulan usaha ini yaitu menggunakan pisang dan bubuk coklat pilihan untuk menghasilkan rasa yang lezat, memiliki citra rasa yang khas, harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan kualitas dari kripik pisang ini sangat terjamin, karena dalam proses pembuatannya diutamakan kebersihan dan untuk kesehatan. salah satu branding kripik pisang coklat ini adalah Pisang Coklat Mas Bali.

### Proses Produksi

Dalam pembuatan kripik pisang coklat, hal yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bahan baku yang berkualitas sehingga hasil yang diperoleh akan baik. Pada pembuatan kripik pisang diperlukan bahan baku pisang kepok kuning mentah, tetapi sudah tua karena pisang tersebut selain mengandung air juga mengandung karbohidrat yang cukup tinggi dan salah satu kriteria umum kripik adalah mengandung karbohidrat.

Proses produksi kripik pisang coklat yang digunakan oleh kripik pisang coklat yaitu:

1. Siapkan alat-alat dan bahan-bahan untuk membuat kripik pisang coklat yaitu pisang, gula halus, bubuk coklat, air kapur sirih, minyak goreng
2. Kupas pisang terlebih dahulu lalu diiris tipis-tipis dan masukan kedalam larutan air kapur sirih lalu diamkan sejenak



3. Angkat irisan pisang dari larutan tersebut lalu tiriskan
4. Panaskan minyak goreng
5. Masukkan irisan pisang ke dalam minyak yang sudah panas
6. Goreng hingga pisangnya berubah menjadi kuning kecoklatan lalu tiriskan beberapa menit.
7. Apabila pisang sudah di goreng semua, maka langkah selanjutnya membuat lapisan coklat
8. Siapkan wadah yang ada penutupnya sehingga memudahkan proses pemberian lapisan coklat
9. Campurkan bubuk coklat dengan gula halus
10. Masukkan irisan pisang yang telah ditiriskan dan bubuk coklat yang telah di campur gula halus kedalam wadah tersebut
11. Kocok hingga irisan pisang dan bubuk coklat tercampur merata
12. Keripik pisang pun siap di kemas

### Tenaga Produksi

Tenaga produksi merupakan peranan penting dalam membantu proses pembuatan keripik pisangcoklat. Usaha Kripik Pisang Coklat memiliki tenaga produksi dimana mereka merupakan pemilik dari usaha ini.



Gambar 1 :  
Design Produk Kripik Pisang Coklat

### Mesin dan Peralatan

Tabel 1 Mesin dan peralatan

No	Mesin dan peralatan	Keterangan
1	Pasahan dan alat pemotong kripik	Untuk memotong pisang
2	Baskom dan ember	Untuk menempatkan pisang yang telah dipotong
3	Wajan	Untuk menggoreng pisang yang sudah selesai dipotong
4	Plastik pengemas	Setelah melalui proses diatas, digunakanya plastik pengemas untuk mengemasi Kripik Pisang Coklat
5	Timbangan	Untuk menimbang berat dari Kripik Pisang Coklat ketika sudah dalam pengemasan
6	Alat Kemas (Hand Sealer)	Untuk menutup produk sehingga kedap udara.
7	Wajan dan alat pengoreng lainnya	Untuk menggoreng pisang
8	Kompur dan Gas	Alat untuk memasak kripik pisang

### Analisis SWOT Kripik Pisang Coklat

- a. Strength (Kekuatan)
  - o Rasa yang berbeda dengan keripik pisang yang lainnya
  - o Harganya sangat terjangkau
  - o Bahan baku mudah di dapatkan
- b. Weakness (Kelemahan)
  - o Pengolahan dengan cara yang masih terbilang tradisional
  - o Harga bahan baku yang tidak stabil



- Bahan baku tidak dapat bertahan lama
- c. Opportunities (Peluang)
  - Kondisi masyarakat yang semakin konsumtif terhadap makanan ringan sehingga mempercepat penjualan
  - Permintaan masyarakat akan makanan ringan atau cemilan yang sehat
  - Semua kalangan masyarakat dapat menikmati produk ini
- d. Threats (Ancaman)
  - Produk yang dapat ditiru dengan mudah
  - Munculnya pesaing yang terus meningkat
  - Kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba

#### Target Market

Jika ditinjau secara umum Keripik Pisang Ibu Mery mempunyai dua golongan konsumen yaitu konsumen perempuan berkeluarga sebagai konsumen perseorangan dengan persentase sekitar 60% dan sisanya konsumen perusahaan seperti toko sebagai target market sekunder.

#### Berdasarkan Aspek Demografis

1. Jenis Kelamin : Perempuan atau laki – laki dewasa
2. Usia : 25-50 tahun
3. Pendidikan : SMA keatas
4. Status : Berkeluarga

#### **BAS (Branding, Advertising dan Selling)**

##### **Branding**

Pembuatan brand identity sangat penting terhadap product. Pembuatan brand yang tepat, dapat meningkatkan Brand equity terhadap product, yaitu meningkatkan nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa tersebut. Dimana pemberian Brand yang tepat, dapat mengarahkan cara konsumen berpikir, merasa, dan bertindak dalam hubungannya dengan brand dan juga harga, pangsa pasar, dan

profitabilitas yang diberikan brand bagi pelanggan.



**Gambar 2 :**  
**Produk Pisang Coklat UMKM Desa Wisata Sesaot**

Kegiatan branding pada produk yang kami sosialisasikan kepada para pelaku usaha adalah dengan pemberian logo pada kemasan. Produk keripik pisang para pelaku usaha rumahan keripik pisang di Dusun Singkup belum memiliki merk ataupun logo di kemasannya.

##### **Advertising**

Iklan (advertising) adalah penyajian informasi nonpersonal mengenai produk, merek, perusahaan atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu. Pada iklan biasanya ditampilkan organisasi yang mensponsorinya. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi afeksi dan kognisi konsumen. Dalam praktiknya, iklan telah dianggap sebagai manajemen citra (image management), menciptakan dan memelihara citra dan makna dalam benak konsumen. Iklan yang digunakan dalam pemasaran kripik pisang coklat ini antara lain Facebook, Instagram, dan kerjasama dengan toko oleh-oleh di Lombok dan Bali.

##### **Selling**

UKM Kripik Pisang Coklat dan Original ini melakukan Penjualan personal (personal selling) di Desa Wisata Sesaot,



melibatkan interaksi personal langsung antara seorang pembeli potensial dan seorang salesman. Penjualan personal dapat menjadi metode promosi yang hebat untuk 2 alasan berikut. Pertama, komunikasi personal dengan salesman dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk dan atau proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, konsumen dapat lebih termotivasi untuk masuk dan memahami informasi yang disajikan salesman tentang suatu produk. Kedua, situasi komunikasi saling silang/interaktif memungkinkan salesman mengadaptasi apa yang disajikan agar sesuai dengan kebutuhan informasi setiap pembeli potensial. Beberapa produk konsumsi tertentu biasanya dipromosikan melalui penjualan personal seperti produk asuransi.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan berbagai inovasi yang memanfaatkan Hasil kebun ( buah pisang) yang menjadi produk unggulan dari Desa Wisata Sesaot diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja baru dan tentunya sektor ekonomi dari produk yang dijual menjadi makanan oleh-oleh desa Sesaot. Dengan terus meningkatkan minat masyarakat dalam mengolah dan menciptakan inovasi baru dalam hal pengolahan hasil kebun (buah pisang) di harapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa wisata sesaot, serta masyarakat lebih bervariasi dan menciptakan rasa baru dan desain baru yang sesuai dengan tren dipasaran dan perkembangan wisata di lombok. UMKM, Masyarakat dan pemerintah harus berkerjasama secara baik dalam membangun sinergitas untuk memajukan UMKM Kripik pisang ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Keribo (2017), Photo keripik, Diakses pada 9 Desember 2017 dari keribo.id Maksindo (2017), Peluang usaha keripik pisang coklat dan analisis usahanya, Diakses pada 6 Desember 2017 dari [www.tokomesin.com](http://www.tokomesin.com)
- [2] Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses. Jakarta: UNJ Press.
- [3] Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). Menjadi wirausaha sukses. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [4] Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). Perpajakan : Teori & Praktik. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [5] Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [6] Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- [7] Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [8] Purwana, D., Hasan, M., & Parlyna, R. (2017). Pengantar Ilmu Organisasi. Bogor: In Media.
- [9] Suyuti (2016), Kandungan gizi buah pisang, Diakses pada 9 Desember 2017 dari [gizinutrisiku.blogspot.co.id](http://gizinutrisiku.blogspot.co.id)