



"Tema: 8 (pengabdian kepada masyarakat)"

**"NILAI TAMBAH INDUSTRI RUMAH TANGGA KLANTING DI
DESA KALIKIDANG KECAMATAN SOKARAJA"**

***"VALUE ADDED HOME INDUSTRY KLANTING IN KALIKIDANG
VILLAGE SOKARAJA SUB DISTRICT"***

Oleh

"Indah Widyarini, Agus Sutanto dan Akhmad Rizqul Karim"
"Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian UNSOED"
"indahwidyarini.iw@gmail.com"

ABSTRAK

Industri Rumah Tangga (IRT) Klanting Desa Kalikidang, Kecamatan Sokaraja mampu menghasilkan produk klanting yang dapat diterima oleh pasar atau konsumen, namun demikian perlu ditingkatkan kualitas dan kuantitas produksinya dengan investasi peralatan dan perbaikan kemasan produk. Masalah utama yang dihadapi oleh industri, yaitu: belum memiliki mesin giling singkong (mesin giling getuk), belum ada nama dagang (merk) dan kemasan masih sederhana. Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Penerapan IPTEKS adalah sebagai berikut: 1. Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi. 2. Pemberian nama dagang (*merk*) dan perbaikan kemasan produk serta pelabelan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Penerapan IPTEKS ini telah dilaksanakan pada Bulan Februari sampai dengan Oktober tahun 2019. Lokasi kegiatan pada IRT Klanting Kelompok Wanita Tani (KWT) Harum Desa Kalikidang, Kecamatan Sokaraja. Metode pelaksanaan kegiatan adalah alih teknologi, pendampingan dan *Focus Group Discussion* (FGD). Hasil kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut: investasi alat berupa mesin giling gethuk dan *hand sealer* dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas klanting. Perbaikan kemasan dapat memberikan nilai tambah bagi industri dan meningkatkan pendapatan IRT.

Kata kunci: *singkong, klanting, nilai tambah*

ABSTRACT

Home Industry Klanting in Kalikidang Village, Sokaraja Subdistrict is able to produce products that can be accepted by the market or consumers, however the quality and quantity of production needs to be improved by investing in equipment and improving product packaging. The main problems faced by the industry, namely: do not have a cassava grinder (getuk grinder), there is no trade name (brand) and packaging is still simple. The purpose of Community service activities is as follows: 1. Increasing the quality and quantity of production. 2. Provision of trade names (brands) and improvement of product packaging and labeling. Community service activities has been carried out from February to October 2019. The location of activities in home industry KlantingKelompok Wanita Tani (KWT) Harum, Kalikidang Village, Sokaraja District. The method of implementing the activity is transfer technology, mentoring and Focus Group Discussion (FGD). The results of the community service activities are as follows: investment in tools such as gethuk milling machines and hand sealers can improve the quality and quantity of clanting. Packaging improvements can add value to the industry and increase home industry revenues.



Key words: cassava, klanting, value added

PENDAHULUAN

Petani di Indonesia umumnya masih beraktifitas pada sektor *on farm* sementara produk pertanian merupakan komoditi yang mudah rusak. Tanpa sentuhan teknologi pengolahan, komoditi pertanian hanya dapat bertahan beberapa waktu dan menjadikan petani tidak memiliki *bargaining* pasar, khususnya pada saat panen raya. Hal tersebut menyebabkan harga produk sangat murah. Pengolahan produk pertanian berkaitan erat dengan nilai tambah (Kumalaningsih, 2016). Nilai tambah adalah atau *value added* adalah selisih antara harga jual barang dan harga beli bahan baku, bahan penolong, suku cadang, dan jasa, yang di pergunakan untuk menghasilkan barang tersebut.

Pengolahan produk pertanian dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku industri dan juga petani. Selain itu adanya industri rumah tangga berbasis pertanian atau agroindustri dapat meningkatkan lapangan pekerjaan dan mengurangi masalah pengangguran di desa. Salah satunya adalah industri pengolahan singkong. Agroindustri ini merupakan usaha yang potensial untuk dikembangkan karena dapat mendorong perekonomian masyarakat di desa. Keberadaan agroindustri ini sangat bermanfaat bagi masyarakat sekitar karena dapat menyediakan lapangan pekerjaan dan memberikan kepastian pasar bagi petani singkong.

Singkong merupakan salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Banyumas. Menurut data BPS Kabupaten Banyumas pada tahun 2017 luas panen tanaman singkong 1.662.90 hektar dengan jumlah produksi 29.630,60 ton. Produk olahan singkong yang terkenal di Kabupaten Banyumas diantaranya yaitu gethuk, keripik singkong, tape, dan klanting. Industri klanting merupakan industri makanan yang memanfaatkan singkong sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya. Singkong diolah menjadi klanting bertujuan untuk meningkatkan keawetan singkong dan untuk memperoleh nilai jual yang lebih tinggi.

Desa Kalikidang merupakan salah satu desa di Kabupaten Banyumas yang memiliki banyak industri rumah tangga (IRT) pengolahan klanting. Ada sekitar 27 IRT yang memproduksi klanting dan tergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT) Harum. Bahan baku singkong yang digunakan dibeli dari petani singkong di wilayah Banyumas dan Purbalingga. Industri Rumah Tangga di Desa Kalikidang mengembangkan industri pengolahan singkong untuk meningkatkan nilai tambah dan pendapatan keluarga. Pemasaran dilakukan dengan cara menjual produk pedagang pengepul. Harga jual klanting yang sudah digoreng rata-rata antara Rp12.500,00 sampai Rp13.500,00 per kilogram. Satu kali produksi klanting membutuhkan singkong sebanyak 50 kilogram sampai 100 kilogram. 50 kilogram singkong dapat menghasilkan 17 kilogram sampai 20 kilogram klanting yang telah digoreng dan 100 kilogram singkong dapat menghasilkan 35 sampai 40 kilogram klanting yang telah digoreng. Klanting merupakan makanan pelengkap yang biasa disantap bersama dengan bakso atau



mie ayam, selain itu klanting merupakan makanan yang dijadikan oleh-oleh dari Kabupaten Banyumas.

Kapasitas produksi IRT klanting sebesar 15,2 kilogram per hari atau rata-rata 380 kilogram per bulan. Tenaga kerja produksi harian yang terlibat sebanyak empat orang. Empat orang tersebut terdiri atas satu tenaga kerja mengupas dan membersihkan singkong, satu tenaga kerja untuk menggoreng klanting dan sebanyak dua orang tenaga kerja "miwir" (membentuk adonan menjadi cincin) yang dikerjakan di rumah masing-masing. Untuk proses penggilingan singkong dilakukan di pasar karena ibu Warti belum memiliki mesin penggiling sendiri. Upah giling per 10 kg ubi kayu sebesar Rp4000,00. Produk klanting Desa Kalikidang memiliki rasa khas *original* yang gurih dan renyah, sehingga telah memiliki konsumen langganan di sekitar desa. Namun demikian produk klanting belum dapat dijual langsung ke warung atau toko di sekitarnya karena keterbatasan dalam diversifikasi kemasan dan belum memiliki nama dagang atau *merk*. Selama ini IKM hanya menyediakan kemasan empat kilo (bal) yang biasa dijual ke pedagang pengepul. Padahal masyarakat atau konsumen menginginkan kemasan yang lebih kecil sehingga lebih mudah dan praktis sesuai dengan kebutuhan keluarga. Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa IRT Klanting telah mampu menghasilkan produk yang dapat diterima oleh pasar/ konsumen, namun demikian perlu ditingkatkan kualitas dan kuantitas produksinya dengan investasi peralatan dan perbaikan kemasan produk. Masalah utama yang dihadapi oleh IRT, yaitu: belum memiliki mesin giling singkong (mesin giling getuk), belum ada nama dagang (merk) dan kemasan masih sederhana, hanya tersedia kemasan per empat kilo (bal). Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut: 1. Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi. 2. Pemberian nama dagang (*merk*) dan perbaikan kemasan produk serta pelabelan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Penerapan IPTEKS ini telah dilaksanakan pada Bulan Februari sampai dengan Oktober tahun 2019. Lokasi kegiatan pada IRT Klanting Kelompok Wanita Tani (KWT) Harum Desa Kalikidang, Kecamatan Sokaraja. Metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi transfer teknologi, dengan investasi mesin giling untuk efisiensi produksi dan mengurangi biaya produksi serta hand sealer untuk pengemasan produk. Transfer teknologi di bidang pemasaran dengan cara perbaikan kemasan dan labeling produk.
2. Alih teknologi dan pendampingan, metode ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya nama dagang. Selain itu juga melakukan pendampingan bagi mitra dalam penentuan nama dagang.



3. *Forum Group Discussion* (FGD), setelah melakukan praktik, metode ini digunakan untuk mengasah kemampuan analisis peserta kegiatan terhadap aplikasi teknologi yang telah diterapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komoditas pertanian pada umumnya dihasilkan sebagai bahan mentah dan mudah rusak, sehingga perlu langsung dikonsumsi atau diolah terlebih dahulu. Proses pengolahan ini dapat meningkatkan guna bentuk komoditas pertanian. Ketersediaan konsumen membayar harga *output* agroindustri pada harga yang relatif tinggi merupakan insentif bagi perusahaan-perusahaan pengolah untuk menghasilkan *output* agroindustri (Sudiyono, 2004). Untuk menciptakan guna bentuk dibutuhkan biaya pengolahan. Salah satu konsep yang sering digunakan adalah nilai tambah. Konsep nilai tambah digunakan untuk membahas agroindustri yang berupa pengolahan pertanian (Sudiyono, 2004). Menurut Hayami (1990) dalam Sudiyono (2004), ada dua cara untuk menghitung nilai tambah yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dikategorikan menjadi dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja. Sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga *output*, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai *input* lain, selain bahan bakar dan tenaga kerja (Sudiyono, 2004).

Nilai tambah karena proses pengolahan contohnya adalah industri pengolahan singkong menjadi Klanting. Desa Kalikidang merupakan salah satu sentra industri Klanting di Kabupaten Banyumas. Klanting yang diproduksi memiliki ciri khas dan berbeda dengan Klanting yang dihasilkan di daerah lain. Bahan baku singkong didapat dari sekitar Desa Kalikidang dengan harga Rp1.500,00 sampai Rp2.000,00 per kilogram. Dalam satu hari perajin dapat mengolah 50 sampai 100 kilogram singkong. Dari 50 kilogram singkong dapat menghasilkan 17 sampai 20 kilogram klanting. Harga jual Klanting per kilogram Rp15.000,00 sampai Rp20.000,00. Pemasaran dilakukan dengan cara menjual ke pedagang pengepul yang datang ke desa. Kemudian pedagang pengumpul akan menyalurkan ke pedagang pengecer yang ada di pasar.

Proses distribusi barang dari produsen ke konsumen juga dapat menciptakan nilai tambah. Selama ini distribusi klanting yang dilakukan oleh perajin adalah melalui lembaga pemasaran atau pedagang dalam bentuk curah. Selama ini pedagang dapat menikmati margin yang cukup besar dari proses distribusi tersebut. Untuk meningkatkan pendapatan perajin maka proses distribusi dapat dilakukan langsung dengan memotong rantai pemasaran dan mengemas produk dalam ukuran yang lebih kecil dan kemasan yang menarik sehingga perajin dapat langsung memasarkan klanting ke konsumen.



Kegiatan alih teknologi dalam bidang pemasaran telah dilakukan dengan cara perbaikan kemasan dan labeling produk. Pengemasan (*packing*) merupakan proses yg berkaitan dgn perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. Tujuan penggunaan kemasan adalah sebagai berikut sebagai pelindung isi (*protection*), memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operating*), bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*), memberikan daya tarik (*promotion*), sebagai identitas (*image*), distribusi (*shipping*), informasi (*labelling*), sebagai cermin inovasi produk. Kemasan memberikan tiga manfaat utama sebagai berikut:

(1) Manfaat Komunikasi

Sebagai media pengungkapan informasi produk kepada konsumen, meliputi: cara penggunaan, komposisi, efek sampingan, frekuensi pemakaian optimal, halal, lulus pengujian, dan sebagainya.

(2) Manfaat Fungsional

Memberikan kemudahan dalam pemakaian, perlindungan, dan penyimpanan

(3) Manfaat Perseptual

Menanamkan persepsi tertentu dalam benak konsumen, contohnya: kemasan air mineral yg diberi warna biru muda untuk memberikan persepsi bahwa produknya segar dan sehat.

Labeling berkaitan erat dengan pengemasan, fungsinya menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Ada tiga macam labeling, yaitu: *Brand label* menunjukkan nama merek yg diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan, *Descriptive label* adalah label yg memberikan informasi obyektif mengenai penggunaan, pembuatan, perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik lain yang berhubungan dengan produk. *Grade label* adalah label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk (*product judged quality*) dengan suatu huruf, angka, atau kata.

Kemasan yang dipilih untuk mengemas klanting yang diproduksi IRT Desa kalikidang adalah kemasan plastik *pouch zipper* dengan dimensi 16 x 24 x 0,12 cm. Kemasan tersebut dipilih karena cukup tebal dan sesuai untuk mengemas klanting dengan bobot 200 gram. Merek yang dipilih adalah "HARUM" dengan tagline Enak, Gurih dan Renyah. Klanting yang dikemas dipilih yang memiliki kualitas bagus, renyah, tidak keras, masih baru (digoreng sehari sebelumnya), warnanya kuning coklat (tidak gosong). Pemilihan klanting dilakukan karena kualitas klanting yang dihasilkan oleh anggota KWT beragam. Dengan perbaikan kemasan diharapkan dapat meningkatkan masa simpan klanting lebih lama, selama ini masa simpannya kurang lebih satu bulan. Untuk menjamin kualitas produk klanting, bagian atas kemasan direkatkan dengan menggunakan *hand sealer* agar lebih tahan lama.



Untuk dapat bersaing di pasar, salah satu strategi pemasaran adalah harga. IKM harus mampu menetapkan harga yang kompetitif. Harga adalah jumlah uang yang ditetapkan untuk suatu produk barang atau jasa. Harga adalah nilai yang konsumen berikan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Sehingga harga adalah unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Penentuan harga dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu sasaran pemasaran, strategi bauran pemasaran, biaya, dan perkembangan industri. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi penentuan harga meliputi, sifat pasar dan permintaan, bentuk persaingan, dan faktor lingkungan seperti ekonomi, perdagangan, dan pemerintahan. Secara umum penetapan harga dapat dilakukan berbasis pasar (*Market Based Pricing*) atau berbasis biaya (*Cost Based Pricing*). penetapan harga untuk klaning yang telah dikemas dilakukan dengan memperhitungkan biaya pembelian plastik, label dan tenaga kerja. Harga yang ditetapkan untuk 250 gram klaning sebesar Rp12.000,00. Nilai tersebut dapat meningkatkan pendapatan pengrajin. Selama ini dengan menjual curah pengrajin menjual dengan harga Rp20.000,00 per kilogram. Dengan menjual ecer perajin mendapat Rp48.000,00 per kilogram. Hal tersebut membuktikan bahwa perbaikan kemasan dapat meningkatkan nilai tambah bagi produk dan meningkatkan pendapatan IRT.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa investasi alat berupa mesin giling gethuk dan *hand sealer* dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas klaning. Perbaikan kemasan dapat memberikan nilai tambah bagi industri dan meningkatkan pendapatan IRT.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Universitas Jenderal Soedirman dan LPPM UNSOED atas dana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat skim Penerepan IPTEKS.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. 2017. *Data Produksi Ketela Pohon Kabupaten Banyumas 2017*. Dinas Pertanian dan Pertambangan Kabupaten Banyumas. Purwokerto.
- Islami, T. 2015. *Ubi Kayu; Tinjauan Aspek Ekofisiologi serta Upaya Peningkatan dan Keberlanjutan Hasil Tanaman*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kumalaningsih, Sri. 2016. *Rekayasa Komoditas Pengolahan Pangan*. Penerbit UB Press. Malang.
- Lingga, P. 1990. *Bertanam Ubi-Umbian*. Penebar swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usahatani*. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta.



Soekartawi. 2003. *Agribisnis Teori dan Terapannya*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.