

PEMBERDAYAAN KELOMPOK TANI WANITA MELALU DIVERSIFIKASI VARIAN RASA OLAHAN EMPING MLINJO DI DESA MIRITPETIKUSAN, MIRIT, KEBUMEN JAWA TENGAH

Desi Susilawati^{1*}, Putri Rachmawati²

¹Akuntansi Program Vokasi, Universitas Muhamamdiyah Yogyakarta

²Teknik Mesin Program Vokasi, Universitas Muhamamdiyah Yogyakarta
Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan Bantul

*Email: desisusilawati@umy.ac.id

Abstrak

Tujuan Pengabdian Kemitraan Masyarakat ini adalah untuk membantu masyarakat dalam peningkatan taraf hidup masyarakat khususnya untuk peningkatan penghasilan. Kegiatan ini dilatarbelakangi dengan adanya hasil pertanian berupa mlinjo yang berlimpah di Desa Miritpetikusan. Namun mlinjo belum diolah, langsung dijual kepada tengkulak dengan harga yang murah. Beberapa keluarga ada yang sudah mengolah mlinjo menjadi emping dan di pasarkan dalam bentuk emping mentah dengan kemasan yang sederhana. Tujuan Program Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah pengolahan mlinjo sebagai bahan baku emping sehingga bernilai jual tinggi dengan pengemasan yang menarik dan lebih tahan lama. Metode yang akan dalam pengabdian ini adalah pelatihan keterampilan, peningkatan kualitas dan pengembangan variasi produk yang dihasilkan. Sasaran program adalah pengusaha Home Industry atau kelompok tani emping mlinjo dengan dukungan perangkat desa dan masyarakat di Desa Miritpetikusan, Kebumen Jawa Tengah. Program yang dilakukan meliputi: 1) Membentuk kelompok pengusaha emping mlinjo, 2) Memberikan penyuluhan dan pelatihan usaha peningkatan kualitas dan disersifikasi variasi rasa hasil olahan emping mlinjo, 3) Pelatihan Packaging /labelling sehingga kemasan menjadi lebih bagus dan menarik konsumen, 4) Pembuatan Branding Image untuk produk-produk hasil olahan yang berasal dari desa Miritpetikusan dan 5) Pemasaran produk. Pelaksanaan Program Pengabdian Kemitraan Masyarakat ini akan menggunakan metode ESD (Education for Sustainable Development). ESD adalah metode pembelajaran untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, yakni jenis pembelajaran yang memberikan kesadaran jiwa wirausaha yang inovatif dan kreatif. Terlihat Jelas hubungan antara program PKM ini dengan peningkatan perekonomian keluarga sehingga mampu mewujudkan keluarga yang sejahtera. Hal ini sejalan dengan Gerakan Pemberdayaan Masyarakat dan Kesejahteraan Keluarga (PMKK). Hasil menunjukkan kelompok usaha emping mlinjo telah terbentuk dengan nama ANIATI. Branding image untuk setiap produk olahan yang berasal dari Desa Miritpetikusan terdapat logo MP.

Kata Kunci: Branding Image, Pemasaran, Kemasan, Olahan Emping Mlinjo

Abstract

The purpose of this Community Partnership Service is to help the community in improving the standard of living of the community, especially for increasing income. This activity was motivated by the presence of abundant agricultural products in the Miritpetikusan Village. However, mlinjo has not been processed, it is directly sold to middlemen at a cheap price. Some families have already processed mlinjo into emping and marketed it in the form of raw chips (emping) with simple packaging. The aim of the Community Partnership Service Program (PKM) is processing mlinjo so that it has a high selling value with attractive packaging and is more tasty for along time. The methods in this service are improving skill by training, quality improvement and development of the variety of products produced. The target of the program is the entrepreneur of Home Industry or the emping mlinjo farmer group and supporting by of village apparatus and the community in Miritpetikusan Village, Kebumen, Central Java. The programs carried out include: 1) Forming a group of mlinjo chips entrepreneurs, 2) Providing counseling and business training to improve the quality and diversification of flavor variations, 3) Packaging / labeling training so

that packaging becomes better and attracts consumers, 4) Making Branding Image for products originating from the village of Musipetikusan and 5) Product marketing. The implementation of the Community Partnership Service Program will use the ESD (Education for Sustainable Development) method. ESD is a learning method to support sustainable development, namely the type of learning that provides innovative and creative entrepreneurial soul awareness. It is clear the relationship between this PKM program and the improvement of the family economy so as to be able to realize a prosperous family. This is in line with the Community Empowerment and Family Welfare Movement (PMKK). The results show that the mlinjo emping business group has been formed with the name ANIATI. Image branding for each processed product originating from the village of Miranpikusan has an MP logo.

Keywords: Branding Image, Marketing, Packaging, Processed White Chips.

1. PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan mitra Kelompok Wanita tani ANIATI di Desa Miritpetikusan yang merupakan desa indah nan asri yang terletak di Kecamatan Mirit, Kabupaten Kebumen, Provinsi Jawa Tengah. Secara geografis, Kabupaten Kebumen $7^{\circ}27'$ - $7^{\circ}50'$ Lintang Selatan dan $109^{\circ}22'$ - $109^{\circ}50'$ Bujur Timur. Kabupaten Kebumen sendiri mempunyai luas wilayah sebesar 158.111. 50 ha atau 1.581,11 km² dengan kondisi beberapa wilayah merupakan daerah pantai dan pegunungan, namun sebagian besar merupakan dataran rendah.

Mata pencaharian warga desa mayoritas adalah pengusaha emping, bertani, nelayan dan petani garam. Berdasarkan hasil observasi, Desa Miritpetikusan memiliki potensi yang besar untuk pengembangan desa agar lebih baik. Adapun potensi yang ada antara lain: Potensi Ekonomi yaitu Pekonomian warga masyarakat Desa Miritpetikusan tergolong cukup, sebagian warga dusun bekerja sebagai petani dan buruh tani dan wiraswasta. Warga yang memiliki tanah pertanian memanfaatkan tanahnya untuk bertani tanaman musiman, sedangkan warga yang tidak memiliki tanah pertanian memilih untuk menjadi buruh tani yang bekerja saat panen tiba. Ibu-ibu yang tidak melakukan kegiatan pertanian memilih untuk menjadi ibu rumah tangga atau berdagang. Potensi selanjutnya adalah potensi kewirausahaan yaitu semangat berwirausaha masyarakat terbukti telah terbentuk Kelompok Wanita Tani yang bernama ANIATI sebagai pengolah mlinjo menjadi emping mlinjo. Terdapat juga kelompok pengolah cabai menjadi sambel, abon cabai dan kripik pare. Sebenarnya masyarakat mulai berupaya dan berkreasi untuk meningkatkan nilai jual hasil produk emping mlinjo dan hasil alam lain yang merupakan kegiatan *Home Industry* sudah berjalan, namun belum di kelola secara optimal. Semangat berwirausaha dengan memanfaatkan hasil bumi sudah di lakukan dan berpotensi untuk dikembangkan berbasis hasil bumi dan dengan sentuhan kreativitas dan inovasi.

Metode pemberdayaan merupakan salah satu pendekatan pembangunan dalam proses penguatan ekonomi dan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat (Daulay, 2006). Dengan usaha tersebut diharapkan menjadi salah satu usaha dalam pembangunan masyarakat pedesaan dalam meningkatkan jiwa wirausaha, kesejahteraan warga dan upaya menciptakan lapangan pekerjaan bagi generasi muda serta menjadi sarana edukasi bagi masyarakat sekitar maupun di luar wilayah untuk melaksanakan pembangunan yang tetap memperhatikan kearifan lokal dan berwawasan lingkungan.

Salah satu hasil bumi yang mmelimpah adalah Mlinjo. Mlinjo (*Gnetum gnemon Linn*) adalah sejenis tanaman yang bisa tumbuh pada tanah – tanah liat/lempung, berpasir dan berkapur, tetapi tidak tahan terhadap tanah yang tergenang air atau berkadar asam tinggi dan dapat tumbuh dari ketinggian 0 – 1200 mdpl. Tanaman ini sangat banyak ditemukan di daerah tropis, tidak memerlukan tanah yang bernutirsi atau iklim khusus. Pemanfaatan tanaman ini untuk keperluan rumah tangga, seperti: daun dan buah yang muda atau yang masih kecil biasanya untuk bahan sayuran, biji mlinjo menjadi bahan baku emping. Khususnya di daerah Kebumen terutama di desa Miritpetikusan banyak untuk pengusaha emping mlinjo, tapi belum begitu pesat dalam pemasarannya.

Namun agak sedikit miris ketika mengetahui bahwasannya hasil bumi dari desa ini dijual kepada para tengkulak dengan harga yang sangat miring. Salah satu contohnya adalah melinjo di desa ini. Kami di sini biasanya mengolah melinjo menjadi emping, emping melinjo kami biasanya dijual kepada para tengkulak seharga Rp.35.000/kg, kata ibu Tumber sebagai salah satu penggerak PKK didesa Miritpetikusan. Harga tersebut adalah harga yang ditentukan secara sepihak oleh tengkulak yang ada di pasar dan cenderung merugikan warga desa. Karena warga desa tidak bisa melakukan tawar menawar di pasar tradisional, dan harga emping yang dijual ketengkulak tidak pernah naik turun, sedangkan realitanya emping melinjo ini bisa saja harganya jadi semakin mahal karena beberapa faktor ataupun sebaliknya. Oleh karena itu dibutuhkan upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu pelatihan dan praktik untuk meningkatkan keterampilan petani mlinjo khususnya pengolahan buah mlinjo menjadi emping dengan diversifikasi produk yaitu emping mlinjo dengan rasa yang bervariasi seperti rasa balado, rasa coklat dan jagung bakar.

Program pengabdian ini menggunakan metode penyuluhan, pelatihan, serta praktik langsung mengolah buah mlinjo menjadi emping dilanjutkan dengan praktik memproses emping rasa original menjadi menjadi aneka rasa. Selanjutnya penyuluhan dan pelatihan cara *packaging* (kemasan), cara menggunakan peralatan *packaging*, mendesign logo dan memutuskan logo yang disepakati bersama Bapak Lurah Desa Miritprtikusan dengan kelompok tani emping mlinjo. Kemasan yang digunakan disesuaikan ukuran, berat dan rasa untuk meningkatkan ketertarikan konsumen dan bernilai ekonomis sehingga emping mlinjo siap dihantarkan ke pasar. Program ini merintis untuk membentuk kelompok usaha emping mlinjo supaya dikenal oleh pasar lokal sebelum merambah ke interlokal, membuka lapangan pekerjaan baru, dan meningkatkan pengetahuan dan pemanfaatan teknologi pembuatan emping mlinjo diharapkan dapat menambah nilai guna dan nilai ekonomis emping mlinjo di Desa Miritpetikusan. Belum pernah ada kegiatan pelatihan pembuatan, pengemasan, pelabelan dan pemasaran emping mlinjodi Desa Miritpetikusan, sehingga program ini bentuk kemitraan terhadap desa.

Berdasarkan hasil observasi, pengabdi dapat mengidentifikasi permasalahan Mitra adalah :

- a. Produk olahan emping yang masih sederhana, solusinya membuat varian pada emping
- b. Belum ada alat produksi untuk *packaging*, solusinya membuat alat produksi yang efektif dan efisien
- c. Belum adanya *packaging* produk emping mlinjo yang bisa ditawarkan, solusinya membantu kemasan yang layak dan menarik
- d. *Branding image* : identitas produk-produk dari Miritpetikusan

Solusi yang ditawarkan :

- a. Emping mlinjo yang masih original, Solusinya : peningkatan verifikasiolahan emping mlinjo menjadi beberapa varian
- b. Emping mlinjo kemasan masih belum layak jual dan belum ada izin dagang, Solusinya: peningkatan pemasaran olahan emping mlinjo dengan kemasan ekonomis menarik yang layak jual
- c. Emping mlinjo yang masih mengemas dengan sederhana, solusinya : membuat teknologi atau alat untuk olahan emping mlinjo dengan alat yang ekonomis, dan mudah digunakan
- d. Belum ada *Branding image* atas produk – produk dari desa miritpetikusan

Pada program Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) ini akan memberikan beberapa bentuk luaran, diantaranya :

- a. Naskah publikasi pengabdian masyarakat
- b. Alat produksi untuk olahan emping mlinjo
- c. Penerapan Ipteks kemasan produk emping mlinjo yang siap untuk di pasarkan
- d. Peningkatan perekonomian masyarakat dengan belajar untuk pemasaran produk olahan emping mlinjo
- e. Diversifikasi Produk dan peningkatan kualitas : emping mlinjo dengan aneka rasa

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi masyarakat Desa Miritpetikusan, terutama berkaitan pengolahan mlinjo sehingga bernilai jual tinggi melalui diversifikasi varian rasa emping mlinjo, dan bertujuan juga agar terhindar dari penjualan kepada tengkulak dengan harga rendah. Pelaksanaan Program Ppengabdian Kemitraan Masyarakat ini akan menggunakan metode ESD (*Education for Sustainable Development*). ESD adalah metode pembelajaran untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, yakni jenis

pembelajaran yang memberikan kesadaran jiwa wirausaha yang inovatif dan kreatif (Hayashi, 2002) ESD menggunakan 3 pilar yaitu ekonomi, ekologi dan sosial, dimana ketiga pilar saling terhubung satu dengan lainnya (Supratikno, 2004).

2. METODE

2.1 Persiapan dan Pemilihan Sasaran

Tim pengabdian melakukan observasi dan berdiskusi dengan Bapak Paino selaku lurah Desa Miritpetikusan dan perwakilan kelompok tani yang terdapat di desa Miritpetikusan. Terdapat beberapa usaha tani yang terdapat pada wilayah ini yaitu kelompok tani kripik pare, sambal dan abon cabe. Dan yang menjadi sasaran adalah pengusaha emping mlinjo, karena masih sederhana dalam pengemasan dan produksinya dan belum terbentuk kelompok tani. Setelah observasi dilakukan, dilanjutkan dengan memilih mitra yang berminat dan layak bekerja sama dengan tim pengabdian. Setelah melalui berbagai pertimbangan kelayakan, maka sasaran pada kegiatan pengabdian ini adalah pengusaha emping mlinjo yang berlokasi di Desa Miritpetikusan, Kebumen Jawa Tengah.

Terkait korelasi antara mitra yang sejak awal penelitian dan memulai rintisan usaha, dimana pengusaha emping mlinjo merupakan UKM rumahan yang membutuhkan teknologi untuk peningkatan olahan produk tersebut. Berbagai permasalahan yang dihadapi mitra tersebut dapat digolongkan menjadi dua aspek kegiatan. Pertama aspek sistem produksi dan kedua aspek keuangan dan pemasaran.

2.2 Mengidentifikasi Masalah

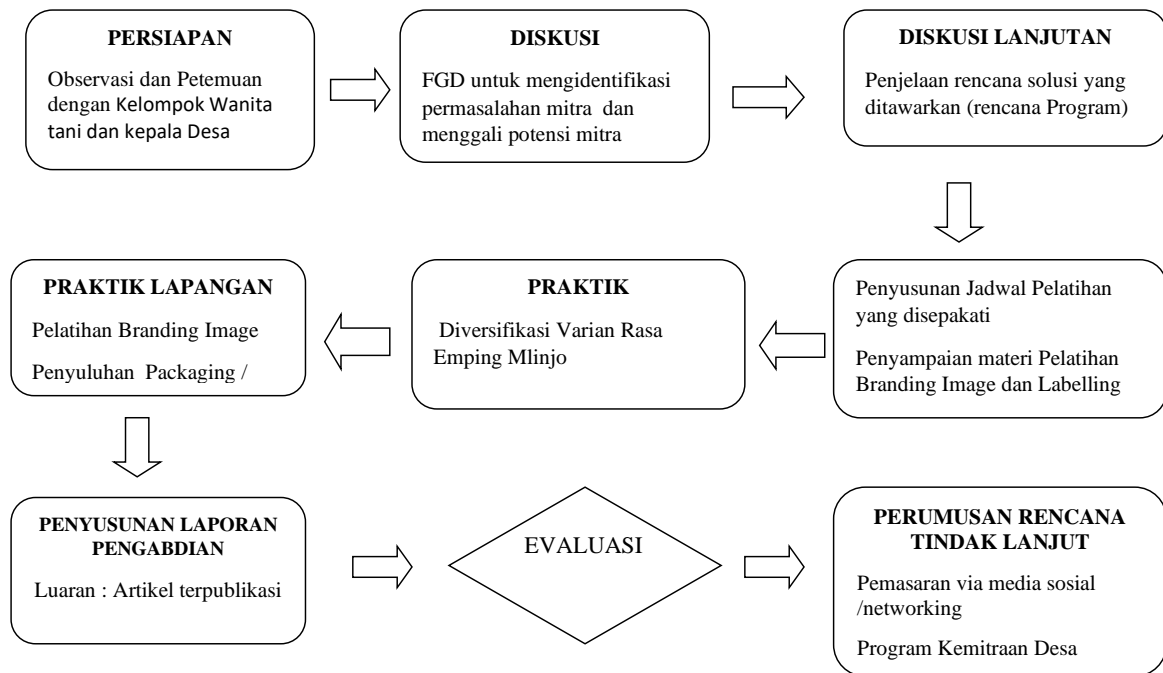
Langkah selanjutnya yang dilakukan pengabdian adalah mengidentifikasi masalah yang ada pada kedua mitra. Masalah – masalah yang didapatkan pada mitra tersebut selanjutnya digolongkan ke dalam dua aspek permasalahan yaitu; aspek sistem produksi dan aspek keuangan dan pemasaran.

2.3 Menyampaikan tawaran solusi kepada mitra

Langkah selanjutnya adalah memberikan tawaran solusi kepada mitra atas persoalan yang mereka alami. Langkah ini diharapkan dapat menjadi jalan keluar bagi mitra dalam menghadapi persoalan mereka selama ini. Tahapan dalam melaksanakan program kepada mitra dibagi menjadi aspek yaitu :

- a. Aspek dalam bidang sistem produksi
 - 1) Peralatan/ perlengkapan dalam sistem produksi masih sederhana dan tidak memadai, sehingga menghambat dalam melakukan proses produksi.
 - 2) Produksi kurang inovatif dalam bentuk varian produk
 - 3) Belum adanya teknologi inovasi untuk proses produksi
- b. Aspek dalam bidang keuangan dan pemasaran
 - 1) Pasar masih terbatas, karena kemasan yang masih sederhana dan tidak menjual.
 - 2) Penjualan emping mlinjo yang masih murah dibanding pasar lainnya karena masih belum optimal dalam promosi dan pengelolaan terhadap produk untuk perizinan PIRT.

Metode pelaksanaan yang ditawarkan dalam bidang sistem produksi adalah Pengadaan peralatan sistem produksi dan Pelatihan dan pendampingan pembuatan produksi, sedangkan Metode pelaksanaan yang ditawarkan dalam bidang manajemen keuangan dan pemasaran dan telah disepakati adalah Pelatihan manajemen pemasaran dan membuat peralatan dan desain produk untuk promosi. Partisipasi mitra terhadap program ini adalah mitra mencari informasi terkait usaha mikro lain sehingga saat pelaksanaan program telah dihadiri kelompok tani lain seperti kelompok tani kripik pare, sambal dan abon cabe yang ada di wilayah sekitarnya untuk mengikuti pelatihan pemasaran yang lebih inovatif untuk dilakukan. Adapun pelaksanaan kegiatan tergambar secara rinci pada diagram alir berikut:



Gambar 1. Diagram Alir Pelaksanaan Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pelaksanaan program pengabdian Kemitraan Masyarakat diawali dengan observasi terlebih dahulu dengan mitra yaitu Kelompok tani emping Mlinjo ANIATI dan dibersamai dengan Bapak Lurah desa Miritpetikusan yaitu Bapak Paino. Telah disepakati beberapa program untuk menunjang produksi dan pemasaran emping mlinjo.



(1)



(2)

Gambar 2. Observasi Ke Mitra (Kelompok Pengrajin Emping Mlinjo ANIATI)

3.1 Program Pengembangan Melinjo

Dalam program ini kami merancang beberapa kegiatan yang mampu mengembangkan produk lokal berupa *Emping Melinjo*. Ada beberapa inovasi yang kami tawarkan seperti pemberian varian rasa *emping*, *labeling* dan *packaging* produk.

a. Pemberian Inovasi Rasa pada Emping

Kegiatan ini merupakan salah satu bagian dari rancangan program Pengembangan produk lokal Desa Miritpetikusan, Kecamatan Mirit, Kabupaten Kebumen yakni berupa *Emping Melinjo*. Kegiatan ini bertujuan sebagai upaya pemberdayaan kepada masyarakat desa dengan memberikan inovasi rasa dalam pengolahan emping melinjo yang merupakan salah satu usaha yang ditekuni oleh masyarakat Desa Miritpetikusan.

Kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 6 April 2019 bertempat kediaman Bapak Lurah Miritpetikusan. Dengan dihadiri oleh ibu-ibu PKK dan pengusaha emping

melinjo se-Desa Miritpetikusan yang mempunyai keterkaitan langsung dengan tujuan yang akan dicapai. Kegiatan ini didukung oleh pemateri yang mempunyai pengalaman dan pengetahuan mengenai bagaimana memberikan inovasi rasa yang menarik dan diminati oleh konsumen yaitu Kelompok Emping Melinjo Tegalkenongo Yogyakarta.

Luaran kegiatan ini mampu membuat masyarakat khususnya pengusaha emping menghasilkan produk emping dengan aneka rasa seperti emping pedas, emping pedas manis, emping rasa jagung bakar dan emping gurih. Dengan adanya inovasi rasa yang dihasilkan oleh pengusaha emping di desa maka usaha yang dijalankan bisa berkelanjutan dan mempunyai nilai jual yang lebih baik dari sebelumnya.

Hasil output dari program kerja pokok utama ini adalah lahirnya contoh produk emping melinjo desa Miritpetikusan yang memiliki varian rasa dan awet hingga berbulan-bulan karena kemasan dipress menggunakan alat *sealer*. Emping Melinjo desa Miritpetikusan akan dijual kepasar dengan harga sekitaran Rp.70.000/kg. Namun sebelum dipasarkan pada khalayak umum, Pengabdian bersama warga desa sedang berupaya mendapatkan legalitas dan harus melakukan uji terlebih dahulu demi memenuhi PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Hal ini merupakan proses Rencana Tindak Lanjut.



(1)



(2)



(3)



(4)

Gambar 3. Pelatihan Variasi Rasa Emping Mlinjo

b. Penyuluhan *Packaging & Labeling*

Selain pemberian inovasi rasa pada *Emping Melinjo*, program Pengembangan Produk Lokal ini mencakup juga tahap *packaging & labeling*. Sebagai strategi untuk menambah nilai produk dan menarik minat konsumen (Nazir, 2003). Kegiatan pelatihan ini berupa praktek pengemasan produk *Emping Melinjo* dan pemberian label yang nantinya bisa menjadi hak paten Desa Miritpetikusan. Tujuan dilaksanakannya kegiatan ini tidak lain agar masyarakat mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dan menarik untuk dipasarkan kepada konsumen.

Kegiatan ini telah berlangsung pada tanggal 28 Maret 2019 bertempat di Kediaman Kepala Desa Miritpetikusan sekaligus Ketua Ibu PKK Desa Miritpetikusan. Dihadiri oleh

12 orang pengurus PKK Desa Miritpetikusan dan 8 orang pengusaha *Emping Melinjo*. Guna mengefektifkan waktu dan efisien kan kegiatan, kami mengundang Kolompok Wanita Tani lain untuk pengembangan produk lokal *Emping Melinjo* ini. Dengan diadakan kegiatan ini menghasilkan output yaitu produk *emping miritpetikusan* dengan pengemasan yang rapi beserta pemberian labeling pada kemasan produk. Berikut disajikan kemasan sebelum dan sesudah diadakannya pelatihan *packaging*.



Gambar 4. Sebelum Adanya Design Kemasan dan Sesudah Adanya Design Kemasan

c. Program *Branding Image*

Branding image mempunyai peranan yang penting dalam sebuah pemasaran produk. Pengembangan design produk dapat meninggikan daya saing dengan kompetitor, (Puspitasari, 2018), Menurut Kotler dan Amstrong (2001) Citra Merek atau Brand Image adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. Dengan adanya *branding*, produsen menunjukkan produknya mempunyai kualitas yang terpercaya. *Branding* sangat diperlukan oleh produsen karena dengan *branding* produsen sedang membuat target konsumen menjadi familiar dengan produk yang ditawarkan. Demikianlah *branding* itu bekerja.

Dengan kemajuan teknologi yang pesat, *branding image* dari sebuah produk semakin mudah untuk dikenali oleh khalayak ramai dan merupakan identitas produk- produk dari Desa Miritpetikusan. . Kehadiran media sosial seperti instagram, facebook, twitter, bahkan platform selevel website dapat memudahkan *branding image* sebuah produk semakin dikenal oleh dunia. Untuk lebih memahami *branding image* itu sendiri, maka kami selaku pengabdian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta akan mengadakan pelatihan dari program kerja yang bernama “*Branding Image*” yang bertajuk “**Membangun *Branding Image* melalui Media Sosial**” untuk produk dari miritpetikusan terdapat lambang MP yang merupakan singkatan dari **MIRITPERIKUSAN**.

Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari kegiatan sebelumnya yaitu dengan memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai *branding image* melalui media sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya Karang Taruna, Kelompok Tani, Kelompok Pengusaha *Emping* dan Gula Merah Desa Miritpetikusan terkait usaha yang dimiliki harus mempunyai suatu brand. Sebagai citra dari produk itu sendiri. Selain itu kegiatan ini juga mengenalkan kepada masyarakat bahwa pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan suatu brand sangat berperan aktif. Untuk memaksimalkan output yang dihasilkan, kegiatan ini didukung oleh pemateri profesional yang berasal dari Yogyakarta yaitu Bapak Imam dari Rumah *Branding* Yogyakarta. Berlangsung pada tanggal 28 Maret 2019, bertempat di Kediaman Bapak Lurah Miritpetikusan, acara ini berlangsung dengan baik sesuai rencana dan seluruh peserta antusias mengikuti pelatihan tersebut. Untuk lebih meningkatkan kualitas dan diversifikasi varian rasa, Tim Pengabdian menyerahkan peralatan produksi dan peralatan pengemasan kepada kelompok tani *emping Mlinjo*.

Berdasarkan hasil survey lapangan dan adata angket yang disebar sebelum dilaksanakannya program pengabdian ini hanya 45% yang sudah faham cara membuat varian rasa emping mlinjo dan 30% yang terampil menggunakan alat packaging. Namun setelah dilakukan program pengabdian ini terjadi peningkatan menjadi 90% yang memahami cara membuat diversifikasi varian rasa emping mlinjo, 81% terampil menggunakan mesin Packaging dan lebih memahami manfaat Branding Image. Masyarakat dan Mitra sangat antusias mengikuti pelatihan *Labelling* dan *Branding Image* dan praktik Packaging, terbukti Partisipasi banyak uang mengajukan pertanyaan dan semangat untuk melakukan praktik pembuatan emping mlinjo dengan aneka rasa.



Gambar 5. Penyerahan Peralatan

Evaluasi yang dilakukan terkait pelaksanaan program adalah tim pengabdian akan melakukan kontrol/ pengawasan secara bertahap terhadap pelaksanaan program tersebut, dengan tujuan apabila terdapat kesulitan, maka tim pengabdian akan segera membantu mitra mencari solusinya. Keberlanjutan program setelah selesai kegiatan PKM dilaksanakan adalah berencana melanjutkan program tersebut ke skim PKD (Program Kemitraan Desa) dengan sebagai mitra pada LP3M UMY. Program akan mencari potensi/keunggulan olahan emping mlinjo, terutama dalam properti desa secara menyeluruh, dan pada akhir dari program akan diadakan evaluasi secara menyeluruh untuk mengetahui apakah program telah memenuhi target yang diinginkan, apabila belum, maka akan diteliti, apa saja kekurangan dalam pelaksanaan program berikutnya.

Program PKM mengajukan Rencana Tindak Lanjut sebagai berikut:

- 1) Pengembangan produk lokal Emping Melinjo dengan inovasi-inovasi yang telah kami berikan seperti varian rasa, *packaging & labeling* program ini tidak akan berjalan dengan baik jika tidak adanya kerjasama dan konsistensi dari warga sekitar untuk terus memberikan inovasi-inovasi terbaru pada produk tersebut.
- 2) Penguatan kelembagaan melalui pengembangan dan pemberdayaan sumber daya manusia di Desa Miritpetikusan dengan caraPelatihan pengemasan produk makanan atau olahan dengan tampilan menarik. Kemasan yang menarik dapat meningkatkan penjualan karena beberapa konsumen cenderung membeli sesuatu dengan melihat kemasannya. Semakin menarik kemasannya maka target pasar dapat menjadi luas. Hal ini dikarenakan kemasan menjadi salah satu nilai dari daya tarik suatu Program PKM telah membuat beberapa pilihan logo dan kemasan yang kemudian dipilih oleh warga Desa Miritpetikusan yang diwakili oleh para pengusaha emping dan perangkat Desa. Kemudian logo dan kemasan tersebut bisa dipatenkan untuk menjadi brand dari Produk Emping Melinjo Desa Miritpetikusan dikemudian hari.
- 3) Konsistensi dalam penggunaan media sosial, laman web untuk mempromosikan produk Emping Melinjo dan menjadikan Desa Miritpetikusan sebagai Sentral Emping di Kabupaten Kebumen.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kelompok Tani Emping Mlinjo ANIATI telah memiliki diversifikasi variasi rasa emping yaitu : rasa sambalado, rasa coklat
- b. Kelompok Tani Emping Mlinjo ANIATI melakukan peningkatan kualitas produk sehingga siap dipasarkan.
- c. Masyarakat Desa Miritpetikusan khususnya Kelompok Wanita Tani Emping Mlinjo telah memiliki Branding Image yang mencirikan khas Produk – Produk Desa Miritpetikusan yaitu Tulisan MP disetiap kemasan
- d. Masyarakat Desa Miritpetikusan khususnya kelompok Wanita Tani emping Mlinjo telah memahami proses *labeling dan Packaging*

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

- a. Kelompok Tani emping Mlinjo ANIATI dapat mengajukan izin IRT sehingga dapat mewujudkan masyarakat ekonomi mandiri
- b. Untuk dapat mewujudkan masyarakat ekonomi mandiri dan kreatif harus melaksanakan kegiatan yang rutin, produktif dan berkelanjutan. Hal tersebut dapat dilaksanakan melalui partisipasi aktif warga yang didukung aparat pemerintahan yang kuat serta finansial yang cukup.
- c. Masyarakat desa Miritpetikusan mengadakan pelatihan keterampilan untuk pengembangan potensi Sumber Daya Manusia dan Sumber daya aset berkekrativitas dan melekat teknologi

DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, H (2006): Pemberdayaan Perempuan : studi kasus pedagang jamu di gedung Johor Medan, Jurnal Harmoni Sosial,1 (1), 7-14
- Hayashi, M., 2002. 'SME Development and Subcontracting in Indonesia : A Comparison with Japan's Historical Experience,' PhD Thesis, The Australian National University, Canberra.
- Kotler, Philip dan Garry amstrong, 2001 Prinsip – prinsip pemasaran Jilid 1, Jakarta : Erlangga
- Mardiana,C., Puspitasari. "Pengembangan Desain Produk Unggulan IKM di Kabupaten Malang Jawa Timur yang Berdaya saing Tinggi", Jurnal ITATS 2018.
- Nazir, Moh.2003. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia. Nita, 2007, Desain Kemasan Menentukan Nilai Produk. Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementrian Perindustrian.
- Supratikno, H., 2004. 'The development of SME Clusters in Indonesia', dalam D. Hew and L.W. Nee (eds), Entrepreneurship and SMEs in Southeast Asia, ISEAS.