**Optimalisasi Potensi Ekonomi Masyarakat Desa Giricahyo Purwosari Gunungkidul Melalui Ketela**

**Abstrak**

Giricahyo merupakan salah satu Desa yang ada di Gunungkidul. Saat ini Gunungkidul merupakan wilayah yang terjadi pemekaran pariwisata. Banyak tempat wisata baru nermunculan di Gunungkidul termasuk di Giricahyo. Berbagai produk yang dijual di tempat pariwisata biasanya akan laku keras. Daerah Giricahyo yang cukup tandus membuat pertanian di sana didominasi dengan hasilpolowijo, singkong. Singkong agar memberikan nilai tambah bagi masyarakat Giricahyo maka harus diolah menjadi makanan ringan, yang bisa dimangfaatkan sebagai barang komuditas yang bisa diperjual belikan dengan harga yang relatif lebih tinggi dibanding harga ketela. Untuk itu perlu dilakukan pelatihan olahan ketela menjadi berbagai makanan ringan untuk mengoptimalisasikan ekonomi masyarakat Gricahyo dan tercapai kesejahteraan. Dalam penelitian ini dilakukan pelatihan pembuatan berbagai jenis makanan ringan yang berbahan dasar ketela, *packaging, labeling,* dan *marketing* dari hasil olahan makanan ringan yang telah dilaksanakan.

***Abstract***

*Giricahyo is one of the villages in Gunungkidul. At present Gunungkidul is an area where tourism expansion is taking place. Many new tourist attractions have emerged in Gunungkidul, including in Giricahyo. Various products sold at tourism sites will usually sell well. Giricahyo area which is quite barren makes agriculture there dominated by the yield of polowijo, cassava. Cassava in order to provide added value to the people of Giricahyo must be processed into snacks, which can be used as a commodity that can be bought and sold at a price relatively higher than the price of cassava. For this reason, it is necessary to conduct training on processed cassava into various snacks to optimize the economy of the Gricahyo community and achieve prosperity. In this study conducted training in the manufacture of various types of snacks made from cassava, packaging, labeling and marketing of processed snacks that have been carried out.*

*Key Word* :Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, Ketela, *Packaging, Labeling* dan *Marketing.*

1. **Latar Belakang**

Wilayah Desa Giricahyo berada di bagian selatan kota kecamatan Purwosari serta 47 km ke ujung barat Kabupaten Gunungkidul. Secara Administratif Desa Goricahyo meliputi 7 (tujuh) Padukuhan, yaitu Padukuhan Gabug, Padukuhan Wuni, Padukuhan Karangtengah, Padukuhan Jurug, Padukuhan Nglumbung, Padukuhan Jati dan Padukuhan Jambu. Dengan luas keseluruhan wilayah Desa Giricahyo adalah 16.077,955 ha.[[1]](#footnote-1)

Penduduk di wilayah Desa Giricahyo mayoritas adalah petani. Di Giricahyo ada sebanyah 824 orang yang berprofesi sebagai petani. Hasil pertanian yang dihasilkan di Desa Giricahyo adalah padi, polo wijo: jagung, ketela, dan kacang. Desa Giricahyo terletak di pegunungan dan tandus, oleh sebab itu, petani di Desa Giricahyo memanen padi hanya setahun sekali. Karena para petani hanya mengandalkan pengairan untuk tanaman padi dari curah hujan. Pada saat musim kemaru, dimana curah hujan tidak ada, maka mereka menanami ketela, dan jagung. Namun yang lebih sering dan lebih banyak dibudidayakan di Desa Giricahyo adalah tanaman ketela.

Selama ini masyarakat Desa Giricahyo memanfaatkan hasil panen ketela untuk menambah penghasilan mereka dengan cara dijual dalam bentuk ala kadarnya (ketela) belum dilakukan pengolaha lebih lanjut. Setelah ketela dipanen oleh para petani, biasanya langsung dijual kepada pedang besar (pengepul ketela). Selain itu ada sebagian kecil masyarakat yang menjual dalam bentuk olahan yang berupa gaplek (ketela yang dikupas dan dijemur sampai kering).

Pada saat ketela dijual ala kadarnya ke pedagang besar harganya sangat murah sekitar Rp. 3.500- Rp.4.500 per kg. Padahal kalau diolah lebih lanjut bisa lebih tinggi lagi harganya. Misalnya saja ketela diolah jadi tepung tapioka maka harga dipasaran sekitar Rp 9.000 hingga 25.000 per kg[[2]](#footnote-2) dan jika ketela diolah menjadi lanting harga per kilonya bisa mencapai Rp. 30.000. Artinya ada selisih harga yang sangat signifikan antara harga ketela dijual tanpa adanya proses pengolahan dengan setelah diolah.

Dengan sumber daya alam yang dimiliki oleh masyarakat Desa Giricahyo yang berupa ketela, maka masyarakat akan bisa meningkatkan kesejahteraannya dengan syarat mereka bisa dan mau memanfaatkan dengan baik, yaitu mengolah ketela menjadi produk yang memiliki *value added* (niali tambah).

Ketela bisa diolah langsung, akan menjadi berbagai macam makanan dan juga bisa diolah menjadi produk *intermediate*, yaitu berbagai macam tepung dari ketela. Dimana tepung hasil olahan dari ketela bisa sebagai bahan baku industri bersekala rumah tangga atau bersekala besar (pabrik makanan).

Kesejahteraan masyarakat Desa Giricahyo secara ekonomi akan meningkat, jika masyarakat memanfaatkan peluang dengan melakukan pedngolahan ketela menjadi produk yang bernilai jual lebih tinggi. Karena harga jual hasil olahan ketela lebih mahal dibanding kalau dijual dalam bentuk ala kadarnya ketela utuh. Selain itu, bisa membuka lapangan kerja baru dengan berdinya *home industry- home industry.* Sehingga pengangguran bisa dikurangi dan kemiskinan yang merupakan salah satu masalah sosial pun bisa diatasi.

James Midgley menyatakan bahwa kesejahteraan sosial merupakan keadaan dimana terpenuhinya tiga syarat utama, yaitu: (1) pada saat masalah sosial dapat diselesaikan engan baik; (2) pada saat kebutuhan terpenuhi;dan (3) pada saat tersedia lebar kesempatan-kesempatan sosial. Kesejahteraan sosial dalam masyarakat dimulai dari kesejahteraan dalam keluarga yang berkontribusi pada kehidupan masyarakat, karena awal dari seseorang bersosialisai dalam kehidupannya dimulai dari lingkungan keluarga. Kesejahteraan keluarga akan tercapai jika kesejahteraan sandang, pangan dan papan dapat dicukupi dalam kehidupan sehari-harinya[[3]](#footnote-3).

Saat ini Gunungkidul memiliki lebih dari 100 pantai, namun saat ini yang dikelola dan dikembangkan untuk tempat wisata baru sekiata 40an pantai.[[4]](#footnote-4) Dengan adanya pemekaran tempat wisata berupa pantai di Gunungkidul, akan menjadi peluang emas bagi para warga untuk membuat berbagai macam kreasi dari ketela yang bisa dipasarkan kepada para wisatawan. Dan kreasi makanan yang akan dikembangkan didalam kegiatan penelitian CBR ini adalah lanting. Hal ini dikarenakan lanting merupakan makanan ringan yang sangat disukai banyak orang, baik pada waktu bersantai atau pun untuk pelengkap pada waktu makan. Selain itu lanting juga sangat cocok untuk buah tangan.

Dengan pengembangan lanting yang berbahan dasar dari ketela ini, maka diharapkan makan ringan ini menjadi makanan ringan khas dari Giricahyo Purwosari. Dan nantinya menjadi produk unggulan lokal bagi Desa Giricahyo. Maka untuk itu penulis mengajukan program penelitian CBR” **“Optimalisasi Potensi Ekonomi Masyarakat Desa Giricahyo Purwosari Gunungkidul Melalui Ketela”** dengan tujuan agar masyarakat memahmi pentingnya mengelola hasil pertanian ketela menjadi produk yang memiliki nilai tambah (*value added*) yang bisa meningkatkan kesejahteraan mereka dan mengurangi kemiskinan.

1. **Permasalahan Mitra**

Berdasarkan situasi dan kondisi riil di wilayah di lapangan sebagaimana dikemukakan di atas, serta melakukan observasi dan *sharing* pendapat dengan warga serta tokoh masyarakat setempat, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut: hasil pertanian ketela hanya dimanfaatkan secara tradisional dan tidak diproduksi secara kreatif untuk menjadi produk yang menarik di pasaran, membuka peluang untuk mengelolanya menjadi lebih produktif, sehingga dapat menjadi upaya peningkatan usaha ekonomi dan produksi dengan menggunakan bahan baku sumber daya alam dan hasil pertanian yang berupa ketela.[[5]](#footnote-5)

1. **Solusi Yang Ditawarkan**

Untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat Desa Giricahyo, Purwosari, Gunungkidul tersebut, program kegiatan yang ditawarkan adalah sebagai berikut;

Melakukan pendidikan keterampilan tentang pengolahan ketela menjadi produk makanan kemasan jadi yang berupa lanting aneka rasa dari ketela yang layak jual di pasaran.

Memberikan pendidikan tentang kewirausahaan, *labeling* dan *packaging* serta *marketing* produk, untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan masyarakat guna mengembangkan sumber mata pencaharian dan pendapatan mereka untuk meningkatkan kesejahteraan.

1. **Target Luaran**

Adapun target luaran dari program ini antara lain adalah:

* 1. Pelatihan keterampilan membuat berbagai jenis makanan lanting aneka rasa dari ketela.
  2. Terbentuk tempat produksi kreatif dari beberapa rumah tangga baik itu dari ibu-ibu rumah tangga maupun remaja.
  3. Pelatihan kewirausahaan, *packaging,labeling* dan *marketing*  produksi makanan ringan.

1. **Landasan Teori**

**Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat**

Menurut Edi Soeharto pemberdayaan merupakan proses dan tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan merupakan rangkaian aktivitas guna meningkatkan kekuasaan atau keberdayaan kelornpok masyarakat yang lemah, termasuk orang-orang yang mempunyai problem kemiskinan. Sebagai tujuan, hal tersebut dapat dilihat dari kondisi atau hasil yang diharapkapkan akan diperoleh dari suatu perubahan sosial; yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau pengetahuan dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya.[[6]](#footnote-6)

Ife berpendapat bahwa ada dua pengertian pokok dalam pemberdayaan, yakni kekuasaan dan kelompok lemah. Kekuasaan yang dimaksud tidak hanya berkaitan dengan kekuasaan politik yang sempit makanya, melainkan kekuasaan atau penguasaan klien dalam hal:

* + 1. Pilihan personel dan kesempatan hidup: kemahiran memutuskan tentang gaya hidup, tempat tinggal, pekerjaan.
    2. Pendifinisian kebutuhan: kemahiran memutuskan kebutuhan yang sesuai dengan gagasan dan keinginannya.
    3. Ide gagasan: kemahiran menunjukkan dan menyampaikan gagasan pada sebuah forum atau diskusi secara merdeka dan tanpa tekanan.
    4. Kemahiran mengakses lembaga-lembaga, menggunakan dan mempengaruhi pranata-pranata masyarakat, seperti lembaga-lembaga kesejahteraan sosial, pendidikan dan kesehatan.
    5. Kemahiran menggerakkan sumber-sumber formal, non formal dan kemasyarakatan.
    6. Aktifitas ekonomi: kemahiran memanfaatkan dan mengelola mekanisme produksi, distribusi dan transaksi barang serta jasa.
    7. Reproduksi: kemahiran yang berkaitan dengan proses kelahiran, perawatan anak, pendidikan dan sosialisasi.[[7]](#footnote-7)

Jim Ife dan Frank Tesoriero juga memaparkan bahwa pemberdayaan memfokuskan pentingnya proses edukatif atau pembelajaran bagi masyarakat untuk meningkatkan keberdayaan mereka, sehingga masyarakat memiliki ide-ide, pemahaman, kosakata, dan keterampilan bekerja untuk mencapai perubahan yang efektif dan berkelanjutan.[[8]](#footnote-8)

Keberhasilan pemberdayaan ekonomi masyarakat, pada umumnya dapat ditunjukkan pada keberdayaan mereka memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Berdasarkan Panduan Program Inpres Desa Tertinggal, Bappenas dan Departemen Dalam Negeri, Jakarta tahun1994 dipaparkan bahwa program pemberdayaan ekonomi dikatakan berhasi jika terdapat cirri-ciri sebagai berikut:

1. Jumlah penduduk miskin semakin sedikit.
2. Usaha meningkatkan pendapatan penduduk miskin dengan memanfaatkan sumber daya yang semakin banyak tersedia.
3. Kepedulian masyarakat pada usaha peningkatan kesejahteraan keluarga miskin di lingkungannya semakin meningkat.
4. Kemandirian kelompok yang ditunjukkan dengan bertambahnya usaha produktif anggota dan kelompok, makin kuatnya permodalan kelompok, makin rapinya sistem administrasi kelompok, dan makin luasnya interaksi kelompok dengan kelompok lain di dalam masyarakat yang berkembang.
5. Kemampuan masyarakat dan pendapatan yang merata yang ditunjukkan oleh peningkatan kesejahteraan keluarga miskin yang ditunjukkan dengan kemampuan memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan sosial dasarnya bertambah.[[9]](#footnote-9)

**Ketela Dan Manfaatnya**

Ada beerapa sumber karbohidrat lokal Indonesia, di antaranya ketela atau ubi kayu (*Manihot esculenta Crantz*) yang menduduki urutan ketiga terbesar setelah padi dan jagung. Ketela dapat berkembang hampir setiap tahun dan ketinggiannya bisa sampai sekitar 2,4 m atau 3–5 m. Ketela memiliki potensi untuk diproduksi menjadi tepung. Komposisi kimiawi yang terdapat pada ketela segar yaitu kadar air sekitar 60%, pati 35%, serat kasar 2,5%, kadar protein 1%, kadar lemak, 0,5% dan kadar abu 1%, oleh karena itu ketela merupakan sumber karbohidrat dan serat makanan. Dalam ketela juga mengandung senyawa glokosida sianogenik, dengan demikian akan dihasilkan glukosa dan asam sianida (HCN) yang ditunjukkan dengan bercak warna biru pada ketela ketika terjadi proses oksidasi oleh enzim linamarase. Dan hal ini akan menjadi racun bila dikonsumsi pada kadar HCN lebih dari 50 ppm.[[10]](#footnote-10)

Ada beberapa manfaat ketela bagi kesehatan antara lain:[[11]](#footnote-11)

1. Sumber Energi,
2. Menurunkan Kolesterol Darah,
3. Mencegah Anemia,
4. Mengurangi Resiko Penyakit Jantung.
5. Menjaga Kesehatan Tulang dan Gigi,
6. Melindungi dan Memperbaiki JaringanTubuh,
7. Membantu Mengatur Denyut Jantung dan Tekanan Darah,
8. Mencegah Kangker,
9. Mencegah Sembelit dan Menurunkan Berat Badan,
10. Bebas Glutein dan Nutrisi Untk Pasien Penyakit Celiac,
11. Menjaga Kelancaran Metabolpsme,
12. Menurunkan Kadar Gula Darah,
13. Meningkatkan Sistem Kekebalan Tubuh,
14. Mencegah Alzheimer,
15. Membantu Mengurangi Stres dan Kecemasan.

Ketela memiliki kandungan gizi yang diperlukan oleh tubuh. Komposisi kandungan gizi pada ketela maupun berbagai olahannya dapat dilihat pada table berikut:[[12]](#footnote-12)

**Tabel 1.** Komposisi Kandungan Gizi Ketela Pohon

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Kandungan | Umbi | Gaplek | Tepung | Tapioka | Daun |
| 1 | Protein (kal.) | 146 | 836 | 363 | 362 | 73 |
| 2 | Protein (g) | 1.2 | 1.5 | 1.1 | 0.5 | 6.8 |
| 3 | Lemak (g) | 0.3 | 0.7 | 0.5 | 0.3 | 1.2 |
| 4 | Karbohidrat (g) | 34.7 | 81.3 | 88.2 | 86.9 | 13.0 |
| 5 | Kalsium (mg) | 33 | 80 | 84 | 0 | 165 |
| 6 | Fosfor (mg) | 40 | 60 | 0 | 0 | 54 |
| 7 | Besi (mg) | 0.7 | 1.9 | 1.0 | 0 | 2.0 |
| 8 | Vit A (ST) | 0 | 0 | 0 | 0 | 11.000 |
| 9 | Vit B1 (mg) | 0.06 | 0.04 | 0.04 | 0 | 0.12 |
| 10 | Vit C (mg) | 30 | 0 | 0 | 0 | 275 |
| 11 | Air (g) | 62.5 | 14.5 | 9.1 | 12.0 | 77.2 |

Sumber: Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI dalam Darjanto dan Murjati, 1980

**Potensi Pengembangan Ketela**

Umbi, batang, maupun daun darri tumbuhan ketela bisa bermanfaat bagi mahkluk hidup. Ketela dapat diolah kembali memjadi berbagai macam produk olahan.

**Olahan Langsung Ketela**

Saat ini, macam-macam olahan ketela bisa menjadi produk yang bernilai jual yang menjanjikan, seperti keripik aneka rasa dengan berbagai merek, misalnya: Qtela, Kusuka, dan jenis keripik balado di Sumatera Barat. Berbagai jenis olahan langsung ketela telah berkembang menjadi industri skala besar, menengah dan rumah tangga.

Berikut ini jenis olahah langsung ketela beserta skala pengembangannya yang telah dilakukan selama ini, sebagai berikut:[[13]](#footnote-13)

**Tabel 2. Jenis-Jenis Olahan Langsung Ketela**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Produk | Proses | Keterangan |
| 1 | Ubi rebus/ Ubi goreng  (variasi bumbu) | Pengupasan, pengukusan/  perebusan, penggorengan | Rumah tangga |
| 2 | Keripik:  Dengan berbagai bumbu tradisional-modern | Pengupasan, pengirisan,  penggorengan, pembumbuan | Industri besar,  menengah, rumah  tangga |
| 3 | Balung kethek, manggleng, | Pengupasan, pengukusan,  pemotongan, pengeringan,  penggorengan/pembumbuan | Rumah tangga |
| 4 | Crakers:  enye-enye, sermier, alen-alen,  slondok | Pengupasan, pemarutan,  pembumbuan, pengeringan,  penggorengan | Industri menengah,  rumah tangga |
| 5 | Fermentasi: tape, peuyeum | Pengupasan, pengukusan,  peragian | Rumah tangga |
| 6 | Gethuk | Pengupasan, pengukusan,  penghancuran, pembumbuan,  penggorengan | Industri menengah,  rumah tangga |

**Olahan Ketela Menjadi Produk *Intermediate***

Ketela juga dapat diolah menjadi produk intermediate. Produk-produk tersebut diantaranya pakan ternak, papan partikel, briquet, etanol, tepung tape, tepung mocaf, roti casabe, asam sitrat, glukosa, dan maltosa sirup. Gambar berikut ini memberikan detail mengenai produk turunan ketela.



**Gambar 1 Produk Intermediate Hasil Olahan Ketela[[14]](#footnote-14)**

**Telaah Pustaka**

Ada beberapa penelitian berbasis pengabdian masyarakat yang telah dilakukan terkait pemberdayaan masyarakat melalui potensi alam yang dimiliki suatu daerah. Penelitian Sri Hartini dan Yohanes Martono yang berjudul Pemberdayaan Petani Singkong Desa Kendel, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali melalui Sentuhan Fortifikasi Fermentasi Singkong. Dalam penelitian tersebut Tim UKSW bersama dengan Trukajaya menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) bekerja sama memberdayakan masyarakat dengan melaksanakan pelatihan mengolah singkong menjadi tepung *mocaf* (*modified cassava flour*), pengolahan berbagai produk berbahan dasar tepung *mocaf*, pelatihan pemasaran untuk produk tepung *mocaf*,monitoring dan evaluasi produk olahan berbahan dasar tepung *mocaf*, serta memngembangkan kerja sama dengan pihak mitralain untuk menumbuhkembangkan program pengembangan aneka ragam pangan berbasis potensi lokal dan organik. Dalam pelatihan tersebut telah dihasilkan berbagaiproduk seperti tepung *mocaf*, dan produk olahan berbahan dasar tepung *mocaf* diantaranya *brownies*, *banana cake*, *cupcake*,maupun *cookies*.[[15]](#footnote-15)

Penelitian Asti Destiana, D. Suryatman, dan Nur Eko Setiowati dengan judul Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Manis Kidul Dalam Menunjang Pendidikan Formal Di Objek Wisata Cibulan Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan. Pada penelitian ini pemberdayaan ekonomi masyarakat di objek wisata dilaksanakan melalui pendekatan partisipasi pada usaha ekonomi, baik secara perorangan ataupun kelompok yang merupakan usaha layanan wisata. Kegiatan perekonomian ini ditujukan guna meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Objek wisata Cibulan merupakan sumber pendapatan sebagian masyarakat. Peran masyarakat dalam pemberdayaan ekonomi yaitu membuka usaha ekonomi dan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang menunjang kegiatan wisata seperti warung-warung makan hingga restoran, sarana ibadah, toilet, tempat parkir dan lainnya. Usaha layanan pariwisata ini merupakan bentuk pemberdayaan ekonomi. Pemerintah desa di objek wisata Cibulan berperan memberi dukungan berupa fasilitas secara gratis kepada para pelaku usaha serta tidak menarik pajak. Bentuk dukungan pemerintah daerah tersebut berdampak pada peningkatan penghasilan sehingga kehidupan masyarakat semakin layak dan sejahtera, dan pada akhirnya bisa meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pendidikan formal.[[16]](#footnote-16)

Penelitian Arsiyah, Heru Ribawanto dan Sumartono dengan judul Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Ekonomi Desa. Pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kabupaten Sidoarjo yang dilaksanakan dengan cara memberi bantuan modal, pelatihan, studi banding, bantuan bahan baku/peralatan dan perluasan pasar. Hal tersebut dapat dilaksanakan dengan baik, sehingga kebijakan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang bergerak dalam usaha industri krupuk ikan.[[17]](#footnote-17)

Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dusun Mrico Desa Lebak Melalui Usaha Keripik Singkong Aneka Rasa oleh Abdul Rohman, Heni Rizqiati, Putri Nur Anggraini, dan Satrio Yudho Widiantoro. Kegiatan PKMM ini melaksanakan pelatihan untuk ibu rumah tangga di Dusun Mrico Desa Lebak, Grobogan. Pasca para peserta mendapatkan pelatihan, selanjutnya akan mepraktekkan dengan dibimbing dan memperoleh pendampingan usaha. Pelatihan dilaksanakan secara kelompok dan menerapkan pendekatan andragogi. Melalui pelaksanaan PKMM ini para peserta memperoleh tambahan pengetahuan tentang diversifikasi olahan singkong, pengemasan dan pelabelan, sertifikasi cara produksi pangan yang baik, tata letak produksi, kewirausahaan, perhitungan harga jual dan titik impas, serta materi praktek pengembangan produk yang meliputi pembuatan keripik singkong aneka rasa.[[18]](#footnote-18)

Pengembangan produk pangan fungsional berbasis ubi kayu (*manihotesculenta*) dalam menunjang ketahanan pangan oleh Eka Herlina dan Farida Nuraeni. Dalam penelitian ini dibuktikan bahwa ubi kayu bisa dimanfaatkan sebagai alternatif bahan baku sereal pengganti beras. Ubi kayu bisa dimanfaatkan sebagai bahan baku pangan fungsional, yaitu berupa *flakes* yang mengandung antioksidan sebab mempunyai skopoletin, salah satu komponen bioaktif yang berfungsi fisiologis untuk kesehatan.[[19]](#footnote-19)

Pelatihan Pemanfaatan Dan Pengolahan Singkong Menjadi Makanan Ringan Tela Rasaoleh Muntoha, Jamroni dan Ummayah. Penelitian ini dilakukan di dusun Bandung dan dusun Songbanyu 1, Kecamatan Giri Subo, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Tanaman singkong banyak sekali dijumpai di dua dusun tersebut. Maka dilakukan pelatihan olahan singkong yang inovatif dan kreatif bagi warga kedua dusun tersebut. Penulis melakukan inovasi olahan yang berupa makanan ringan tela rasa. Olahan hasil inovasi tersebut dapat menjadi komoditi perdagangan dan bidang wirausaha baru bagi warga masyarakat dusun dusun tersebut.[[20]](#footnote-20)

1. **Metode Penelitian**
2. **Teknis Pelaksanaan**

Teknis pelaksanaan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan koordinasi aktif dengan mitra, yaitu Kepala desa dan tokoh masyarakat Giricahyo, Purwosari, Gungkidul.
2. Melakukan pelatihan kewirausahaan untuk memotivasi para warga berwirausaha.
3. Melakukan pelatihan kewirausahaan, pembuatan produk makanan ringan dengan bahan dasar ketela dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain terutama warga setempat guna mendukung pelaksanaan program dan keberlanjutan program.
4. Melakukan program lanjutan yaitu pelatihan *packaging, labeling* dan *marketing*.
5. Melakukan pendampingan atas pemasaran produk
6. Evaluasi
7. **Tahapan Pelaksanan**

Berikut ini bagan dari tahapan pelaksanaan program:

Koordinasi dengan Kepala Desa

Sosialisasi (penyuluhan)

Pelatihan

Evaluasi

Pencapaian tujuan

**Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Program**

1. **Hasil Dan Pembahasan** 
   * + 1. **Koordinasi dengan Kepala Desa**

Sebelum pelaksanaan penelitian CBR maka peneliti beserta tim mahasiswa KKN UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berkoordinasi dengan Bapak Kepala Desa, perangkat Desa dan tokoh masyarakat di Giricahyo untuk menentukan program CBR apa yang perlu dilaksanakan dan kapan pelaksanaan serta model yang akan dilaksanakan dalam program tersebut seperti apa.

Kegiatan ini dilakukan dengan cara Forum Group Discussion (FGD). Hasil dari FGD adalah sebagai nerikut:

1. Wilayah Giricahyo adalah wilayah yang bisa dikatan tandus, struktur tanahnya tanah merah dan banyak bebatuan. .Pada musim kemarau seringkal terjadi masalah kesulitan air/ kekeringan bagi warga masyarakat di Giricahyo.
2. Karena masalah kekeringan yang sering dialami oleh wilayah Giricahyo di musim kemarau, maka tanaman pertanian pada musimkemarau di Giricahyo kebanyakan adalah polowijo, yaitu ketela, jagung dan kacang. Tanaman pertanian yang berupa pada hanya dilakukan setahun sekai yaitu pada musim penghujan. Bahkan dengan pergeseran cuaca yang terjadi saat ini musim kemarau lebih panjang daripada musim penghujan, maka penanaman padi hamper tidak pernah dilakukan. Sehingga hasil pertanian di Giricahyo lebih didominasi dengan hasil polowijo. Hasil polowijo yang paling banyak adalah ketela, karena pemeliharaan untuk tanaman ketela lebih mudah dan murah dibanding pemeliharaan untuk tanaman kacang dan jagung.
3. Mayarakat biasanya menjual singkong di pasar dengan harga yang sangat murah. Apalagi kalau pada musim panen, maka harga ketela akan menurun. Dan mengakibatkan pendapatan petani menjadi menurun. Maka untuk itu perlu dipikirkan lagi untuk membuat singkong tersebut memiliki nilai tambah yaitu melalui pengolahan ketela menjadi makanan ringan sebelum dipasarkan ke masyarakat.
4. Giricahyo berlokasi di dekat tempat wisata yang sudah sangab terkenal yaitu pantai Parangtritis, selain itu Giricahyo juga memiliki tempat wisata yang cukup banyak diantaranya yaitu Watu Gupit Paralayang. Paralayang menurut bapak Tumijo (Kepala Bagian Pemerintahan Desa Giricahyo) setiap sorenya ada banyak pengunjung sekitas 500 orang. Pada waktu week end jumlah pengunjung bisa naik 4-5 kali daripada pengunjung hari biasanya. Orang yang berjualan di Paralayang hanya ada satu warung yaitu mie ayam, dan hal ini masih membuka peluan yang sangat potensial bagi masyarakat Giricahyo untuk berjualan makanan ringan atau cinderamata bagi pengunjung Paralayang. Dengan banyaknya orang yang berjualan di Paralayang akan membuat Paralayang Nampak lebih ramai dan menarik sehingga pengunjung akan lebih meningkat.
5. Dengan kondisi peluang yang ada yaitu pasar yang akan muncul di Paralayang dan panen singkong yang banyak dengan harga yang mrah pada waktu panen maka dari hasil FGD diperoleh keputusan untuk melakukan pelatihan pembuatan makanan ringan dari ketela yang bisa dipasarkan minimal di Paralayang sebagai buah tangan pengunjung dan dalam jangka panjang bisa dikembangkan menjadi produksi yang lebih besar untuk memenuhi pasar umum. Sehingga diharapkan ketela memiliki *value added* dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat disana atau dengan kata lain untuk mengoptimalkan ekonomi masyarakat Giricahyo.
6. Kegiatan CBR yang dilakuka adalah pelatihan kewirausahaan dan pembuatan makanan ringan dari ketela, yaitu: lanting aneka rasa, geblek, dan brownies dari tepung ketela. Selain melakukan pelatihan pembuatan selanjutnya akan dilatih untuk packaging dan labeling dan marketing. Selain itu juga akan dilakukan pendampingan oleh mahasiswa KKN UIN Sunan Kalijaga Yogyakartta. Pelatihan dilakukan pada waktu sore hari dan tidak mengganggu aktifitas rumah tangga atau kegiatan kerja masyarakat peserta pelatiahan di pantai Parangtritis. Karena pada umumnya masyarakat Giricahyo bekerja di pantai Parangtritis dan Tempat Penengkapan Ikan Depok (sebelah barat Pantai Parangtritis).
   * + 1. **Pelatihan Kewirausahaan**

Kewirausahaan menurut Zimmerer yaitu “*Applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday”*. Kewirausahaan merupakan pengaplikasian kreativitas dan keinovasian untuk menyelesaikan permasalahan dan usaha untuk peluang yang ditemui setiap waktu. Dengan demikian, kewirausahaan merupakan kreatifitas, keinovasian, dan keberanian untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk menciptakan dan memelihara usaha baru.[[21]](#footnote-21)

Pelatihan kewirausahaan (*Entrepreurship Training Program*) menurut Alexandria Valerio, Brent Parton, and Alicia Robb cenderung berfokus pada pembangunan pengetahuan dan keterampilan, secara eksplisit mempersiapkan untuk memulai atau menjalankan perusahaan. Program pelatihan kewirausahaan menargetkan berbagai wirausahawan potensial dan bukan merupakan bagian dari program formal yang memberikan gelar. Pengusaha potensial yang ditargetkan oleh program pelatihan kewirausahaan dapat mencakup individu yang menganggur, tidak aktif atau wirausahawan potensial yang didorong oleh kebutuhan, wirausahawan potensial yang sangat terampil, yang inovatif atau oportunistik. Demikian pula, berbagai pelaku wirausaha mulai dari individu yang memiliki usaha informal, mikro dan kecil (UMK), hingga pemilik usaha potensial yang berkembang pesat.[[22]](#footnote-22)

Eman Suherman memaparkan pendidikan kewirausahaan merupakan proses menciptakan kreativitas dan inovasi untuk menyelesaikan masalah, berbagai hambatan dan resiko serta kesempatan untuk berhasil. Pendidikan kewirausahaan menanamkan nilai-nilai kewirausahaan agar terbentuk karakter dan perilaku untuk berwirausaha sehingga peserta didik bisa kreatif dan produktif. Pendidikan kewirausahaan dapat membekali peserta didik dengan berbagai kompetensi kewirausahaan yang akan bermanfaat besar bagi kehidupan mereka.[[23]](#footnote-23) Untuk menumbuhkan motivasi berwiraswasta masyarakat Giricahyo, maka perlu dilakukan pelatihan kewirausahaan.

Dalam pelatihan kewirausahaan peserta akan diberi motivasi dan keuntungan-keuntungan melakukan wiraswasta. Dengan demikian pelatihan kewirausahaan ini diharapkan mampu untuk membangun sikap dan minat masyarakat berwiraswasta, sehingga bisa tumbuh kemandirian dan kesejahteraan secara ekonomi.

Guna memberikan pembekalan peserta pelatihan untuk memulai usaha maka peserta pelatihan diberikan pelatihan membuat produk yang berupa makanan ringan berbahan dasar ketel, yaiu: lanting dengan aneka rasa.

* + - 1. **Pelatihan Pembuatan Lanting Aneka Rasa Dengan Bahan Dasar Ketela.**

Kegiatan pelatihan dilaksanakan guna memberikan ketrampilan, keahlian, dan kemampuan kepada masyarakat. Dengan tujuan agar masyarakat bisa mahir dalam pembuatan aneka makanan yang berbahan dasar ketela dengan rasa yang disesuaikan dengan selera masyarakat.

Peserta kegiatan pelatihan ini adalah para ibu muda dan pemuda serta pemudi yang sudah lulus SMA tetapi tidak melanjutkan pendidikan Diploma atau Strata 1. Mayoritas peserta adalah ibu muda yang tergabung dalam perkumpulan usaha kecil ibu-ibu yang sudah di bentuk Desa Giricahyo yaitu “Ngudi Lestari, yang diketuai oleh ibu Erni yang sekaligus beliau adalah kepala Bagian Umum di Desa Giricahyo tersebut,

Pelatihan ini dilakukan dengan mengundang nara sumber yang sudah kompeten di bidangnya. Para peserta diajarkan atau dilatih tentang bagaimana memilih ketela yang baik yang bisa diproduksi menjadi makanan ringan yang enak dan lezat. Ketela yang baik untuk diolah menjadi lanting adalah ketela yang utuh, besar, tidak banyak seratnya, dan tidak “boleng” (sehat). Setelah tahu bagaimana memilih ketela yang baik maka selanjutnya pelatih melakukan pelatihan pembuatan lanting dengan rasa original dan pedas. Para peserta pelatiahan diminta lansung praktek dalam pembuatan lanting.

Biaya untuk memproduksi 1 kg lanting kurang lebih sebanyak Rp. 10.000,- dan lanting harganya per kg Rp 30.000. Maka dapat dilihat bahwa pengolahan ketela menjadi olahan makanan ringan bisa memberi nilai tambah bagi ketela tersebut. Oleh karena itu seandainya masyarakat bisa memanfaatkan ketrampilan yang mereka peroleh dengan cara memproduksi makakan ringan tersebut dan menjualnya baik di tempat wisata yang ada di Giricahyo, seperti di Paralayang atau di pantai Parangtritis, maka hal ini akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

* + - 1. **Pelatihan *Packaging, Labelling,* Dan *Marketing***

Setelah para peserta mengetahui cara membuat makanan ringan dengan baik, langkah selanjutnya yaitu diberi pelatihan bagaimana mengemas makanan tersebut dan member label agar lebih menarik bila produk olahan itu dipasarkan. Pemberian label pada produk pangan yang dihasilkan selain berfungsi sebagai media promosi, juga berguna untuk untuk memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan mengenai pangan yang akan dikonsumsi oleh konsumen.

Untuk melatih bagaimana melakukan pengemasan *(packaging)* dan *labeling* serta pemasaran peneliti dibantu oleh beberapa praktisi yang sudah berpengalaman melakukan kegiatan bisnis dibidang produk makanan dan telah melakukan pemasaran secara online. Hal ini dilakukan agar masyarakat bisa memperoleh informasi yang jelas tentang kondisi yang sebenarnya di pasar dan apa yang perlu dilakukan dan diantisipasi dalam melakukan pemasaran produk. Dalam pelatihan para peserta diberi informasi terkait teori-teori yang berkaitan dengan *packaging, labeling* dan *marketing.* Selain itu para peserta juga diberi pelatihan melakukan *packaging,* membuat *labeling* dan *marketing* terhadap produk hasil pelatihan.

Mona Popa dan Nastasia Belc menyatakan bahwa *packaging*/ pengemasan makanan saat ini memiiki peranan multi fungsi dalam industri makanan. *Packaging* memiliki banyak fungsi seperti spesifikasi kandungan produk, peran pencegahan dan perlindungan, menginformasikan kepada konsumen, untuk menjual produk dan untuk mengurangi kerugian, kerusakan dan limbah bagi distributor dan pelanggan dan untuk memfasilitasi penyimpanan, penanganan dan operasi komersial lainnya.[[24]](#footnote-24)

Lebih lanjut Mona Popa dan Nastasia Belc menyatakan bahwa teknologi pengemasan menyatukan berbagai teknik dan bahan dengan dua tujuan dasar, yaitu untuk melindungi produk dan menampilkan barang yang dijual. Jadi pengemasan dengan demikian telah berkembang dari fungsional ke ekspresif sebagai hasil dari beberapa faktor: tujuan untuk memotivasi pelanggan untuk membeli produk dan untuk menyampaikan citra produk yang sesuai untuk penjualan.[[25]](#footnote-25)

Sedangkan menurut Richard Coles, Derek Mcdowell, dan Mark J. Kirwan ada banyak cara untuk mendefinisikan kemasan yang mencerminkan penekanan yang berbeda, sebagai contoh:

1. Cara untuk memastikan pengiriman yang aman ke konsumen akhir dengan kondisi baik dan biaya optimal.
2. Sistem terkoordinasi dalam mempersiapkan barang untuk transportasi, distribusi, penyimpanan, pengecer, dan penggunaan akhir.
3. Fungsi tekno-komersial yang bertujuan untuk mengoptimalkan biaya pengiriman sambil memaksimalkan penjualan (agar memperoleh keuntungan).[[26]](#footnote-26)

Fungsi dasar pengemasan lebih spesifik dinyatakan:[[27]](#footnote-27)

1. Penahanan: tergantung pada bentuk fisik dan sifat produk. Misalnya, untuk mengemas produk yang kental dan asam seperti konsentrat tomat.
2. Perlindungan: pencegahan kerusakan mekanis yang disebabkan bahaya distribusi.
3. Pengawetan: pencegahan atau penghambatan perubahan kimiawi, biokimia perubahan dan pembusukan mikroologis.
4. Informasi tentang produk: persyaratan hukum, bahan produk, gunakan dan lain-lain.
5. Kenyamanan: untuk penangan kemasan dan pengguna di seluruh rantai pengemasan.
6. Presentasi: jenis bahan, bentuk, ukuran, warna, tampilan merchandising unit dan lain-lain.
7. Komunikasi merk: misalnya pack persona dengan menggunakan tipografi, simbol, ilustrasi, iklan dan warna, sehingga menciptakan dampak visual.
8. Promosi (Jual): produk ekstra gratis, produk baru, discount, dan lain-lain.
9. Ekonomi: misalnya, efisiensi dalam distribusi, produksi dan penyimpanan
10. Tanggung jawab lingkungan: dalam pembuatan, penggunaan, penggunaan kembali, atau daur ulang dan pembuangan akhir.

Lebih lanjut Richard Coles, Derek Mcdowell, dan Mark J. Kirwan juga menyatakan bahwa pada umumnya, pengembangan produk baru yang lebih berhasil adalah yang diimplementasikan sebagai konsep total dengan pengemasan menjadi bagian integral dari keseluruhan. Idealnya, desain dan distribusi harus dipertimbangkan pada tahap konsep produk. Dengan demikian pengemasan sangat penting secara strategis dan taktis dalam menjalankan fungsi pemasaran. Di mana merk yang kompetitif, kemasan yang khas atau inovatif sering kali menjadi kunci keunggulan kompetitif yang dicari perusahaan.[[28]](#footnote-28)

Desain dan konstruksi kemasan menentukan dalam menentukan lamanya waktu simpan suatu produk makanan. Penentuan bahan dan teknologi kemasan yang tepat akan menjaga kualitas dan kesegaran produk selama distribusi dan penyimpanan. Pengemasan makanan secara tradisional yang telah dilakukan saat ini menggunakan bahan pengemasan dari kaca, logam (aluminium, foil dan laminasi, pelat timah, dan baja bebas timah), kertas dan papan kertas, serta plastik. Ada beberapa jenis plastik yang telah diperkenalkan dalam bentuk kaku dan fleksibel. Pengemasan makanan saat ini sering kali mengkombinasikan beberapa bahan untuk memanfaatkan sifat fungsional atau estetika masing-masing bahan. Karena itu penelitian untuk memperbaiki kemasan makanan terus berlanjut, kemajuan dibidang ini dapat memengaruhi dampak lingkungan pada kemasan.[[29]](#footnote-29)

Kunci keberhasilan pengemasan adalah memilih bahan dan desain kemasan yang paling memenuhi kebutuhan bersaing terkait dengan karakteristik produk, pertimbangan pemasaran (termasuk kebutuhan distribusi dan kebutuhan konsumen), masalah pengelolaan lingkungan dan limbah, serta biaya. Tidak hanya sulit untuk menyeimbangkan banyak faktor, tetapi juga membutuhkan analisis yang berbeda untuk setiap produk, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti sifat bahan kemasan, jenis makanan yang akan dikemas, kemungkinan interaksi makanan/ kemasan, pasar yang dituju untuk produk tersebut, masa simpan produk yang diinginkan, kondisi lingkungan selama penyimpanan dan distribusi, penggunaan akhir produk, pembuangan kemasan akhir, dan biaya yang terkait dengan kemasan selama proses produksi dan distribusi. Beberapa faktor ini saling terkait: misalnya, jenis makanan dan sifat bahan kemasan menentukan sifat interaksi makanan-kemasan selama penyimpanan. Di lain waktu, faktornya ada berselisih satu sama lain: misalnya, kemasan satu porsi bertemu kebutuhan konsumen, tetapi pengemasan massal lebih baik karena alasan lingkungan.[[30]](#footnote-30)

Dalam penerapannya yang paling luas dan paling konvensional, kebijakan pelabelan makanan memiliki tujuan ganda: melindungi konsumen dan memastikan pemasaran yang adil. Hukum nasional, norma dan pedoman internasional serta standar swasta melarang pelabelan yang menyesatkan kualitas produk dan menipu konsumen. Pencegahan klaim palsu melindungi bisnis dari persaingan tidak sehat. Prinsip dasar ini sudah lama dibangun dan masih sangat relevan.[[31]](#footnote-31)

Semua konsumen harus dapat mengandalkan kebenaran informasi pada suatu kemasan, yang membantu mereka membedakan produk dan memanfaatkan produk dengan benar. Label merupakan bagian yang memungkinkan konsumen membuat pilihan makanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Agar label dapat memenuhi tujuan yang dimaksudkan, label harus disertai dengan pendidikan dan informasi. Namun, seringkali sumber daya ini tidak tersedia. Inilah sebabnya mengapa label itu penting agar label mudah dipahami dan pihak bertanggung jawab atas informasi kemasan makanan tidak memanfaatkan kerentanan.[[32]](#footnote-32)

Banyak negara dan perusahaan makanan telah mengembangkan peraturan, standar atau pedoman untuk menentukan jika dan kapan label nutrisi harus diterapkan, kategori dan formatnya, nutrisi yang dibutuhkan, dan jenis makanan apa.[[33]](#footnote-33) Meskipun mayoritas peraturan pelabelan ada di Eropa, Amerika Utara, Australia, dan Selandia Baru (yaitu global Utara), beberapa negara di Asia, Afrika, Timur Tengah, dan Latin Amerika (yaitu global Selatan) juga telah memprakarsai regulasi tersebut.[[34]](#footnote-34) Di Indonesia kewajiban memberikan label bagi produk pangan yang dikemas telah diatur dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan pasal 2.[[35]](#footnote-35)

Menurut Rizal Syarief dan Anies Irawati menggolongkan kemasan menjadi beberapa golongan sebagai berikut:[[36]](#footnote-36)

1. Gelas. Mudah pecah, transparan (sehingga tidak cocok untuk produk yang tidak tahan pada sinar ultra violet).
2. Metal. Biasanya dibuat dari alumunium. Kemasan dari logam mempunyai kekuatan yang tinggi sehingga cocok untuk mengemas produk-produk yang membutuhkan kemasan yang muat, misalnya: untuk mengemas produk yang membutuhkan tekanan udara yang cukup ini untuk pendorong keluarnya produk tersebut dari kaleng kemasannya.
3. Kertas. Kemasan dari kertas ini tidak tahan terhadap kelembaban dan air jadi mudah rusak, jadi kemasan kertas tidak cocok untuk mengemas produk-produk yang memiliki kadar air tinggi atau dalam keadaan cair.
4. Plastik. Kemasan ini dapat berbentuk film, kantung, wadah dan bentuk lainnya seperti botol kaleng, stoples dan kotak. Penggunaan plastik sebagai kemasan semakin luas karena ongkos produksinya relatif murah, mudah dibentuk dan dimodifikasi.

Pada pelatihan *packaging* untuk produk makanan ringan yang dihasilkan dalam pelatihan ini, para peserta diminta untuk mencoba melakukan pengemasan makanan dengan bebagai bahan yang sudah disediakan. Dengan melakukan praktek langsung dan juga mempertimbangkan biaya, serta kemudahan memperoleh bahan untuk pengemasan produk yang dihasilkan dalam pelatihan ini maka para peserta memilih menggunakan bahan kemasan dari plastik. Hal ini didasarkan pada pertimbangan biaya kemasan dan kemudahan plastik diperoleh di daerah Giricahyo, juga didasarkan pada pertimbangan daya beli masyarakat Giriloyo. Menurut para peserta penggunaan kemasan dari plastis lebih efektif dan efisien karena harga plastik yang lebih murah dibanding metal atau aluminium foil, gelas/ toples dan kertas. Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, kemasan yang menggunakan bahan dari plastik harus menggunakan plastik dengan ketebalan 0,5 micron.

Setelah menentukan *packaging* yang akan digunakan dalam produk makanan yang diproduksi, selanjutnya para peserta akan mendapatkan pelatihan tentang pemberian label pada produk makanan. Pemberian label pada produk makanan merupakan bagian dari pengemasan. Label akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk. Hasil penelitian empiris dan teoritis yang menyatakan bahwa label makanan berdampak pada kepercayaan konsumen pada produsen, pengolah, dan distributor makanan.[[37]](#footnote-37)

[Mariella Pinna](https://www.researchgate.net/profile/Mariella_Pinna), [Giacomo Del Chiappa](https://www.researchgate.net/profile/Giacomo_Del_Chiappa), dan [Marcello Atzeni](https://www.researchgate.net/profile/Marcello_Atzeni) menemukan bukti pengaruh signifikan jenis kelamin pelanggan, usia, tingkat pendapatan dan pekerjaan atas kemauan mereka untuk membayar harga lebih mahal untuk produk berlabel. Ditemukan bukti empiris tentang peran penting yang dimainkan kualitas label dalam memengaruhi pilihan konsumen dan motivasi utama yang menghambat pengembangan lebih lanjut dari pasar ini.[[38]](#footnote-38)

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Pada pasal 97 dalam undang-undang tersebut, mewajibkan pelaku usaha-usaha produk makanan kemasan mencantumkan label. Selain itu, pelaku usaha juga wajib memberikan informasi yang lengkap terhadap label makanan kemasan yang ditulis atau dicetak dengan bahasa Indonesia, dan memuat keterangan minimal mengenai: (1) nama produk, (2) daftar bahan yang digunakan, (3) berat bersih atau isi bersih, (4) nama dan alamat pihak yang memproduksi, (5) halal bagi yang dipersyaratkan, (6) tanggal dan kode produksi, (7) tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa, (8) nomor izin edar bagi pangan olahan, (9) asal usul bahan pangan tertentu.[[39]](#footnote-39)

Pada pelatihan *labeling* para peserta dilatih untuk membuat disain label dengan menggunakan tool Microsoft Word. Dalam praktek pembuatan label ini para peserta didampingi oleh para peserta KKN UIN Sunan Kalijaga angkatan 101 yang berlokasi di Giricahyo. Dari hasil pelatihan, *labelling* untuk produk lanting yang dihasilkan para peserta sepakat untuk tidak menggunakan media *labeling* yang di print langsung pada kemasan, namun membuat stiker yang nanti akan ditempelkan pada kemasan. Disain stiker tersebut merupakan hasil karya peserta pada saat pelatihan. Dimana dalam *labeling* tersebut berisi nama produk, komposisi bahan, dan tanggal kedaluwarso. *Labelling* selain untuk memberi informasi pada masyarakat tentang produk tersebut, *labeling* juga bisa sebagai media promosi bagi produk tersebut. Sehingga diusahakan *labeling* yang dibuat harus bisa menarik konsumen untuk membelinya.

Difinisi pemasaran/ marketing dapat dibedakan antara definisi sosial dan manajerial. Menurut definisi sosial, pemasaran adalah proses kemasyarakatan yang dilakukan oleh individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan, penawaran, dan pertukaran produk dan layanan yang bernilai secara bebas dengan orang lain.

Sedang definisi manajerial, pemasaran sering kali digambarkan sebagai "seni menjual produk.” Tetapi menurut Peter Drucker “tujuan pemasaran adalah mejadikan penjualan meningkat. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau layanan cocok untuk mereka dan terjual dengan sendirinya. Idealnya, pemasaran harus menciptakan pelanggan yang siap membeli.[[40]](#footnote-40)

Asosiasi Pemasaran Amerika menawarkan definisi manajerial ini: pemasaran (manajemen) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi.[[41]](#footnote-41)

Dengan demikian dalam pemesaran itu terjadi proses pertukaran yang terjadi antara produsen dengan pembeli, dimana dengan adanya pemasaran diharapkan penjualan produk menjadi lebih banyak. Sehingga diperlukan seni dalam melaukan pemasaran, selain ilmu pengetahuan *(science).*

Dengan adanya perkemangan tehnologi, dan saat ini merupakan era digital 4.0 maka pemasaran semakin berkembang tidak hanya secara tradisional tapi sudah melalui digital. Pemasaran digital adalah istilah umum untuk memasarkan produk atau layanan menggunakan teknologi digital, terutama internet, tetapi juga mencakup telepon seluler, disply iklan, dan media digital lainnya. Cara pemasaran digital telah berkembang sejak 1990-an dan 2000-an dan telah mengubah cara bisnis memanfaatkan teknologi dan pemasaran digital untuk pemasaran.[[42]](#footnote-42)

Pemasaran digital memafaatkan online seperti *social media marketing, search marketing*, dan *email marketing.* Dengan hadirnya pemasaran digital akan membantu pengusaha/ penjual dalam berbagai cara:

* Ini akan memudahkan untuk menciptakan kesadaran dan keterlibatan baik sebelum dan setelah penjualan.
* Penjual dapat mengubah pembeli baru menjadi penggemar fanatik yang membeli lebih banyak (dan lebih sering lagi).
* Penjual akan menikmati semua manfaat dari penyebaran informasi dari mulut ke mulut dan di media sosial.[[43]](#footnote-43)

Pada pelatihan pemasaran secara digital para peserta diminta mempraktekkan langsung dengan mengunggah hasil karyanya lewat facebook, instagram dan status what app yang sudah mereka miliki.Penggunaan media social tersebut karena facebook, instagram dan what app merupakan media sosial yang banyak dimiliki oleh peserta latihan.

Selain dieri pelatihan pemasaran lewat digital para peserta juga diberi pembelajaran bagaimana melakukan penjualan/ marketing secara tradisional. Pemasaran teadisional ini bisa dilakukan dengan berjualan langsung ditempat wisata yang ada (Paralayang atau Parangtritis), dititipkan kepada para penjualan/ warung, atau bisa melalui diikutsertakan pada kegiatan-kegiatan expo untuk produk-produk UMKM yang dilaksanakan di kelurahan, kecamatan, maupun kabupaten.

Pemasaran yang bisa dilakukan sementara ini adalah dengan cara tradisional yaitu melalui penjualan langsung kemasyarakat atau menitipkan ke warung-warung. Bapak dukuh Jambu sudah memutuskan untuk membuka sebuah warung di Paralayang yang bisa digunakan untuk kelompok UMKM ibu-ibu “Ngudi Lestari” untuk memasarkan produknya dan agar bisa mengembangkan kelompok tersebut serta meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

* + - 1. **Pendampingan**

Menurut Sumodiningrat pendampingan merupakan kegiatan yang dapat mendorong terjadinya pemberdayaan masyarakat berpenghasilan rendah secara optimal. Dasar pentingnya dilakukan pendampingan adalah adanya kesenjangan pemahaman antara pihak yang memberikan bantuan dengan sasaran penerima bantuan. Kesenjangan dapat terjadi karena ada perbedaan dan keterbatasan kondisi sosial, budaya dan ekonomi. Pada kegiatan pendampingan, para pendamping akan menempatkan dirinya sebagai perencana, pembimbing, pemberi informasi, motivator, penghubung, fasilitator, dan sekaligus evaluator.[[44]](#footnote-44)

Pendampingan merupakan proses untuk mencapai kemandirian. Pendampingan pada kegiatan ini dilaksanakan oleh para peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkata 101 yang berlokasi di Desa Giricahyo. Para peserta KKN menjalankan tugasnya sebagai pendamping dengan cara memantau dan menjadi tempat berkonsultasi para peserta pelatihan tentang semua yang berkaitan dengan poduksi, *packaging, labeling*, dan pemasaran. Menurut hasil wawancara dengan salah satu peserta yaitu ibu Sri, menyatakan bahwa peserta KKN sangat membantu dalam pelaksanaan produksi, *packaging* dan membantu membuat *labelling* produk yang akan di pasarkan.

Seperti yang dipaparkan di atas bahwa pendampingan merupakan proses untuk mencapai kemandirian. Kemandirian di sini ditunjukkan pada kemampuan masyarakat/ peserta pelatihan menentukan keputusan dan pilihannya sendiri atas usahanya sendiri, tidak terikat oleh orang lain. Seperti contoh mereka dapat menentukan pilihannya sendiri akan membeli bahan baku dimana, bagaimana melakukan pengemasa dan pelabelan terhadap produknya serta bagaimana dan kemana mereka akan menjual produknya.

* + - 1. **Eavaluasi**

Peneliti melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan *Community Based Research*. Dengan melakukan penyebaran kuisioner terkait kegiatan pelatihan pembuatan lanting aneka rasa*,* pelatihan *packaging,* pelatiah *labelling,* danpelatiah *marketing.* Para peserta diminta mengisi kuisioner yang telah disiapkan dengan menggunakan skala likert antara 1 (tidak sangat setuju) sampai 4 (sangat setuju). Pertanyaan yang diajukan untuk para peserta guna melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Pertanyaan Untuk Evaluasi Kegiatan Pelatihan

|  |  |
| --- | --- |
| No | Pertanyaan |
| 1 | Bahan pelatihan yang digunakan sangat mudah didapat di daerah ini |
| 2 | Materi pelatihan yang diberikan sangat sesuai dengan kebutuhan saya. |
| 3 | Materi pelatihan belum pernah saya peroleh sebelumnya |
| 4 | Saya merasakan manfaat dari program pelatihan ini untuk meningkatkan motivasi saya berwiraswasta |
| 5 | Program pelatihan ini sebaiknya dilakukan secara berkesinambungan |

Hasil kuisioner menunjukkan bahwa pernyataan para peserta berada diantara interval setuju (3) dan sangat setuju (4) pada semua kuisioner yang di sampaikan kepada para peserta. Hal ini bisa dilihat pada grafik berikut:

Sumber: Data diolah

Grafik 1. Hasil Kuisioner

Pernyataan yang berkaitan dengan kemudahan bahan baku diakses di Desa Giricahyo para peserta memberi poin 3.85. Terkait tentang kesesuai materi pelatihan dengan kebutuhan para peserta diperoleh poin 3.90, dan materi yang disampaikan pada saat pelatihan merupakan sesuatu yang baru poinnya sebanyak 3.87. Sedangkan untuk pertanyaan yang berkaitan dengan manfaat pelatihan untuk meningkatkan motivasi para peserta poinnya sebesar 3.92, dan terkait dengan pelaksanaan pelatihan yang berkesinambungan poinnya sebesar 3.94. Dan dari hasil kuisioner diketahui bahwa para peserta menyatakan bahwa pelatihan yang dilaksanakan dapat memotivasi para peserta untuk berwiraswasta dan mengharapkan program pelatihan semacam ini bisa dilakukan secara berkesinambungan.

Pelaksanaan kegiatan *Community Based Research* yang dilakukan di Desa Giricahyo selain ada kemudahan juga ada kendala yang dialami dalam kegiatan tersebut. Kemudahannya adalah bahan baku ketela yang mudah diperoleh dengan biaya yang relatif murah. Selain itu adalah dukungan dan respon posif dari warga masyarakat untuk mengikuti pelatihan, karena didorong pada rasa ingin meningkatkan kualitas hidup mereka mereka melalui optimalisasi sumber daya pertanian yang mereka miliki dengan cara berwiraswasta dari hasil pertanian yang ada. Dengan inovasi hasil olahan ketela ini bisa digunakan sebagai alternatif komuditas masyarakat yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.

Sedangkan kendala utama yang dialami penulis dalam pelatihan ini adalah penyesuaian waktu untuk berkumpul dengan warga cukup sulit. Warga Desa Giricahyo sebagian besar bekerja sebagai buruh di pantai Parangtritis seringkali sudah meninggalkan kediaman sejak pagi dan baru pulang saat senja menjelang. Sehingga, butuh komunikasi intens dan baik untuk merealisasikan pelatihan ini. Solusi yang penulis ambil adalah mengadakan pelatihan ini di sore atau malam hari setelah para warga menyelesaikan kegiatan berladang maupun kegiatan pribadi mereka lainnya. Tentu saja penentuan jadwal pelatihan ini sudah dengan persetujuan tokoh masyarakat serta warga.

1. **Kesimpulan**

Pelatihan olahan ketela inovatif dan kreatif berupa makanan ringan lanting aneka rasa memberikan warga di Desa Giricahyo wawasan dan pengetahuan baru tentang olahan lain ketela. Dengan melimpahnya bahan baku utama, yaitu ketela, di desa tersebut, pelatihan ini akan sangat bermanfaat bagi warga Desa Giricahyo untuk lebih mengoptimalkan ekonominya, dengan cara memanfaatkan hasil pelatihan pembuatan inovasi pengolahan ketela tersebut sebagai produk bisnis mereka.

Pelatihan pengemasan hasil olahan dan memberi label pada kemasan hasil olahan inovasi dari ketela dilakukan agar lebih menarik sehingga akan membuat produk yang dihasilkan bisa dipasarkan tidak hanya dilingkungan terbatas tetapi ke skala yang lebih luas. Pendampingan yang relatif lebih lama lagi akan membuat terwujudnya olahan ketela ini bisa menjadi komoditi perdagangan baru di Desa Giricahyo. Dengan dilengkapi denga melakukan pelatihan bagaimana *marketing* yang baik maka warga masyarakat punya alternatif berbagai cara untuk bisa memasarkan produknya kepada konsumen.

Dari hasil evaluasi diketahui bahwa setelah melakukan pelatihan para peserta menyatakan termotivasi untuk melakukan wiraswasta dengan menjadikan lanting sebagai salah satu produk yang akan di diproduksi dan dikelola bersama dalam kelompok UMKM yang ada di Desa Giricahyo. Dengan demikian maka tujuan dilaksanakan pelatihan ini untuk mengoptimalkan ekonomi masyarakat Desa Giricahyo bisa berhasil/ sesuai tujuan.

# Referensi

Albert, Janice, ‘Introduction to Innovations in Food Labelling.’, in *Innovations in Food Labelling*, ed. by Janice Albert (Cambridge, UK: Food and Agriculture Organization of the United Nations and Woodhead Publishing Ltd., 2010)

Anonim, ‘15 Manfaat Singkong Untuk Kesehatan Dan Efek Sampingnya’, *Khasiat Sehat* <https://www.khasiatsehat.com/khasiat-dan-manfaat-singkong>

———, ‘The Ultimate Guide To Digital Marketing’, *Digital Marketer.Com* <https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing>

Arsiyah, Heru Ribawanto, and Sumartono, ‘Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Ekonomi Desa’, *WACANA*, 12.2 (2009), 370–75

Ayal, Igal, and Jehiel Zif, ‘Market Expansion Strategies in Multinational Marketing’, *Journal of Marketing*, Spring (1979), 84–94

Bappenas, *Pengembangan Agroindustri Pangan Dalam Perspektif Pembangunan Perdesaan. Laporan Kajian Pembangunan Perdesaan Dan Pertanian Berbasis Ketahanan Pangan Dan Pengembangan Agroindustri. Staf Ahli Meneg PPN/Bappenas Bidang Revitalisasi Perdesaan, Pertanian Dan*  (Jakarta: Bappenas, 2009)

Destiana, Asti, D. Suryatman, and Nur Eko Setiowati, ‘Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Manis Kidul Dalam Menunjang Pendidikan Formal Di Objek Wisata Cibulan Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan’, *Jurnal Edueksos*, V.1 (2016), 55–63

Diah, Ditta, ‘Rekomendasi Tepung Tapioka Terbaik Kemasan 1 Kg Beserta Harganya’, 2019 <https://harga.web.id/harga-tepung-tapioka-1-kg.info>

Dinas Pariwisata Gunung Kidul, ‘Hasil Wawancara’ (Yogyakarta, 2019).

Eka Herlina, and Farida Nuraeni, ‘Pengembangan Produk Pangan Fungsional Berbasis Ubi Kayu (Manihotesculenta) Dalam Menunjang Ketahanan Pangan’, *Jurnal Sains Dasar*, 3.2 (2014), 142 – 148

Hartini, Sri, and Yohanes Martono, ‘Pemberdayaan Petani Singkong Desa Kendel, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali Melalui Sentuhan Fortifikasi-Fermentasi Singkong’, *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2015), 35–40

Hasil FGD Dengan Masyarakat Dan Tokoh Masyarakat Kalurahan Desa Giricahyo (Yogyakarta, 2019)

Hawkes, Corinna, ‘Government and Voluntary Policies on Nutrition Labelling: A Global Overview’, in *Innovations in Food Labelling*, ed. by Janice Albert (Cambridge, UK: Food and Agriculture Organization of the United Nations and Woodhead Publishing Ltd., 2010)

Huda, Miftachul, *Pekerjaan Sosial & Kesejahteraan Sosial* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)

Ife, Jim, and Frank Tesoriero, *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat Di Era Globalisasi, Penerjemah, Satrawan Manurung, Nurul Yakin, M. Nursyahid* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)

Jim Ife, *Community Development: Creating Community Alternatives-Vision, Analysiis and Practice.* (Melbourne: : Longman, 1995)

Kamil, Mustofa, *Model Pendidikan Dan Pelatihan* ((Bandung: Alfabeta, 2010)

Kepala Desa Giricahyo, ‘Hasil Wawancara’ (Yogyakarta, 2019)

Kotler, Philip, and Nikhilesh Dholakia, ‘Ending Global Stagnation: Linking the Fortunes of the Industrial and Developing Countries’, *Business in the Contemporary World*, Spring (1989), 86–97

Mandle, Jessie, Aviva Tugendhaft, Julia Michalow, and Karen J. Hofman, ‘Nutrition Labelling: A Review of Research on Consumer and Industry Response in the Global South’, *Global Health Action*, 2015

Mars, Kenneth, and Betty Bugusu, ‘Food Packaging-Roles, Materials, and Environmental Issues’, *Journal Of Food Science R: Reviews/Hypotheses in Food Science*, 72 (2007)

Muntoha, Jamroni, and Riska Utami Ummayah, ‘Pelatihan Pemanfaatan Dan Pengolahan Singkong Menjadi Makanan Ringan Tela Rasa’, *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4.3 (2015), 188–93

Ohmae, Kenichi, *Triad Power* (New York: Free Press, 1985)

*Peraturan Pemerintah No.69 Tahun 1999, Tentang Laber Dan Iklan Pangan* (Jakarta: Republik Indonesia, 1999) <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/539/node/115/peraturan-pemerintah-nomor-69-tahun-1999>

Pinna, Mariella, Giacomo Del Chiappa, and Marcello Atzeni, ‘Do Consumers Really Care about Food Quality Labels?’, *Journal Quality-Access to Success*, 18 (2017), 135–40

Popa, Mona, and Nastasia Belc, ‘Packaging’, in *Food Safety A Practical and Case Study Approach*, ed. by Anna McElhatton and Richard J. Marshall (New York: Springer Science+Business Media, LLC, 2007) <https://doi.org/10.1007/978-0-387-33957-3\_4>

Prabawati, Sulusi, Nur Richana, and Suismono, ‘Inovasi Pengolahan Singkong Meningkatkan Pendapatan Dan Diversifikasi Pangan’, *Sinartani: Badan Litbang Pertanian,* 4.3404 (2011), 1–5

Richard Coles, Derek Mcdowell, and Mark J. Kirwan, *Food Packaging Technology* (London: Blackwell Publishing, 2003)

Rihan, Ibrahim M., ‘Digital Marketing’ <https://www.academia.edu/29461503/Digital\_Marketing\_Definition\_History\_Strategies\_Developments\_Advantages\_and\_Limitaions>

Rohman, Abdul, Heni Rizqiati, Putri Nur Anggraini, and Satrio Yudho Widiantoro, ‘Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dusun Mrico Desa Lebak Melalui Usaha Keripik Singkong Aneka Rasa’, *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9 (2019), 120–27

Suharto, Edi, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial* (Bandung: PT Refika Aditama, 2005)

Suherman, Eman, *Desain Pembelajaran Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2010)

Sumodiningrat, Gunawan, ‘Jaringan Pengaman Sosial Dan Pemberdayaan Masyaraka’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999)

———, *Pembangunan Daerah Dan Pemberdayaan Masyarakat* (Jakarta: PT. Bina Rena Pariwara, 2009)

Sundari, Sugiharti Mulya Handayani Mei Tri, ‘Pemberdayaan Wanita Tani Melalui Pembuatan Keripik Belut Daun Singkong Di Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar’, *Jurnal DIANMAS*, 5.1 (2016), 23-34.

Syarief, Rizal, and Anies Irawati., *Pengetahuan Bahan Untuk Industri Pertanian* (Jakarta: Mediyatama Sarana Perkasa, 1988)

Tonkin, Emma, Samantha B. Meyer, John Coveney, Trevor Webb, and Annabelle M. Wilson, ‘The Process of Making Trust Related Judgements through Interaction with Food Labelling’, *Food Policy*, 63.1 (2016), 62–72

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Panga* (Jakarta, 2012) <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt50b48fe0bfe90/undang-undang-nomor-18-tahun-2012>

Valerio, Alexandria, Brent Parton, and Alicia Robb, *Entrepreneurship Education and Training Programs around the World Dimensions for Success* (Washington, D.C.: The World Bank, 2011)**.**

1. Kepala Desa Giricahyo, ‘Hasil Wawancara’ (Yogyakarta, 2019). Diakses 6 Juli 2019. [↑](#footnote-ref-1)
2. Ditta Diah, ‘Rekomendasi Tepung Tapioka Terbaik Kemasan 1 Kg Beserta Harganya’, 2019 <https://harga.web.id/harga-tepung-tapioka-1-kg.info>. diakses 20 Oktober 2019. [↑](#footnote-ref-2)
3. Miftachul Huda, *Pekerjaan Sosial & Kesejahteraan Sosial* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009). Hal 72. [↑](#footnote-ref-3)
4. Dinas Pariwisata Gunung Kidul, ‘Hasil Wawancara’ (Yogyakarta, 2019). 15 Juli 2019 [↑](#footnote-ref-4)
5. ‘Hasil FGD Dengan Masyarakat Dan Tokoh Masyarakat Kalurahan Desa Giricahyo’ (Yogyakarta, 2019). 6 Juli 2019. [↑](#footnote-ref-5)
6. Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial* (Bandung: PT Refika Aditama, 2005). Hal.60. [↑](#footnote-ref-6)
7. Jim Ife, *Community Development: Creating Community Alternatives-Vision, Analysiis and Practice.* (Melbourne: : Longman, 1995). Hal 61-64. [↑](#footnote-ref-7)
8. Jim Ife and Frank Tesoriero, *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat Di Era Globalisasi, Penerjemah, Satrawan Manurung, Nurul Yakin, M. Nursyahid* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008). Hal 148 dan 350. [↑](#footnote-ref-8)
9. Gunawan Sumodiningrat, ‘Jaringan Pengaman Sosial Dan Pemberdayaan Masyaraka’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999). Hal. 18 [↑](#footnote-ref-9)
10. Sulusi Prabawati, Nur Richana, and Suismono, ‘Inovasi Pengolahan Singkong Meningkatkan Pendapatan Dan Diversifikasi Pangan’, *Sinartani: Badan Litbang Pertanian,* 4.3404 (2011), 1–5. [↑](#footnote-ref-10)
11. Anonim, ‘15 Manfaat Singkong Untuk Kesehatan Dan Efek Sampingnya’, *Khasiat Sehat* <https://www.khasiatsehat.com/khasiat-dan-manfaat-singkong>. diakses 10 Juli 2019. [↑](#footnote-ref-11)
12. Sugiharti Mulya Handayani Mei Tri Sundari, ‘Pemberdayaan Wanita Tani Melalui Pembuatan Keripik Belut Daun Singkong Di Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar’, *Jurnal DIANMAS*, 5.1 (2016), 23-34. [↑](#footnote-ref-12)
13. Sulusi Prabawati, Nur Richana dan Suismono,” Inovasi Pengolahan Singkong Meningkatkan Pendapatan……..., *Sinartani: Badan Litbang Pertanian, Edisi 4, No.3404 (2011):1-5.*

    [↑](#footnote-ref-13)
14. Bappenas, *Pengembangan Agroindustri Pangan Dalam Perspektif Pembangunan Perdesaan. Laporan Kajian Pembangunan Perdesaan Dan Pertanian Berbasis Ketahanan Pangan Dan Pengembangan Agroindustri. Staf Ahli Meneg PPN/Bappenas Bidang Revitalisasi Perdesaan, Pertanian Dan*  (Jakarta: Bappenas, 2009). [↑](#footnote-ref-14)
15. Sri Hartini and Yohanes Martono, ‘Pemberdayaan Petani Singkong Desa Kendel, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali Melalui Sentuhan Fortifikasi-Fermentasi Singkong’, *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2015), 35–40. [↑](#footnote-ref-15)
16. Asti Destiana, D. Suryatman, and Nur Eko Setiowati, ‘Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Manis Kidul Dalam Menunjang Pendidikan Formal Di Objek Wisata Cibulan Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan’, *Jurnal Edueksos*, V.1 (2016), 55–63. [↑](#footnote-ref-16)
17. Arsiyah, Heru Ribawanto, and Sumartono, ‘Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Ekonomi Desa’, *WACANA*, 12.2 (2009), 370–75. [↑](#footnote-ref-17)
18. Abdul Rohman and others, ‘Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dusun Mrico Desa Lebak Melalui Usaha Keripik Singkong Aneka Rasa’, *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9 (2019), 120–27. [↑](#footnote-ref-18)
19. Eka Herlina and Farida Nuraeni, ‘Pengembangan Produk Pangan Fungsional Berbasis Ubi Kayu (Manihotesculenta) Dalam Menunjang Ketahanan Pangan’, *Jurnal Sains Dasar*, 3.2 (2014), 142 – 148. [↑](#footnote-ref-19)
20. Muntoha, Jamroni, and Riska Utami Ummayah, ‘Pelatihan Pemanfaatan Dan Pengolahan Singkong Menjadi Makanan Ringan Tela Rasa’, *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4.3 (2015), 188–193. [↑](#footnote-ref-20)
21. Mustofa Kamil, *Model Pendidikan Dan Pelatihan* ((Bandung: Alfabeta, 2010). Hal 119. [↑](#footnote-ref-21)
22. Alexandria Valerio, Brent Parton, and Alicia Robb, *Entrepreneurship Education and Training Programs around the World Dimensions for Success* (Washington, D.C.: The World Bank, 2011). P. 2 [↑](#footnote-ref-22)
23. Eman Suherman, *Desain Pembelajaran Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2010). Hal. 10. [↑](#footnote-ref-23)
24. Mona Popa and Nastasia Belc, ‘Packaging’, in *Food Safety A Practical and Case Study Approach*, ed. by Anna McElhatton and Richard J. Marshall (New York: Springer Science+Business Media, LLC, 2007) <https://doi.org/10.1007/978-0-387-33957-3\_4>. P.68 [↑](#footnote-ref-24)
25. Ibid. P. 68. [↑](#footnote-ref-25)
26. Richard Coles, Derek Mcdowell, and Mark J. Kirwan, *Food Packaging Technology* (London: Blackwell Publishing, 2003). P. 8. [↑](#footnote-ref-26)
27. Ibid, p 8-9. [↑](#footnote-ref-27)
28. Ibid, p. 9-10. [↑](#footnote-ref-28)
29. Kenneth Mars and Betty Bugusu, ‘Food Packaging-Roles, Materials, and Environmental Issues’, *Journal Of Food Science R: Reviews/Hypotheses in Food Science*, 72 (2007). P. 40. [↑](#footnote-ref-29)
30. Ibid, p.51. [↑](#footnote-ref-30)
31. Janice Albert, ‘Introduction to Innovations in Food Labelling.’, in *Innovations in Food Labelling*, ed. by Janice Albert (Cambridge, UK: Food and Agriculture Organization of the United Nations and Woodhead Publishing Ltd., 2010). P. 1. [↑](#footnote-ref-31)
32. Ibid. 2. [↑](#footnote-ref-32)
33. Corinna Hawkes, ‘Government and Voluntary Policies on Nutrition Labelling: A Global Overview’, in *Innovations in Food Labelling*, ed. by Janice Albert (Cambridge, UK: Food and Agriculture Organization of the United Nations and Woodhead Publishing Ltd., 2010). P. 37-38. [↑](#footnote-ref-33)
34. Jessie Mandle and others, ‘Nutrition Labelling: A Review of Research on Consumer and Industry Response in the Global South’, *Global Health Action*, 2015. P.1. [↑](#footnote-ref-34)
35. *Peraturan Pemerintah No.69 Tahun 1999, Tentang Laber Dan Iklan Pangan* (Jakarta: Republik Indonesia, 1999) <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/539/node/115/peraturan-pemerintah-nomor-69-tahun-1999>. [↑](#footnote-ref-35)
36. Rizal Syarief and Anies Irawati., *Pengetahuan Bahan Untuk Industri Pertanian* (Jakarta: Mediyatama Sarana Perkasa, 1988). Hal. 35. [↑](#footnote-ref-36)
37. Emma Tonkin and others, ‘The Process of Making Trust Related Judgements through Interaction with Food Labelling’, *Food Policy*, 63.1 (2016), 62–72. [↑](#footnote-ref-37)
38. Mariella Pinna, Giacomo Del Chiappa, and Marcello Atzeni, ‘Do Consumers Really Care about Food Quality Labels?’, *Journal Quality-Access to Success*, 18 (2017), 135–140. [↑](#footnote-ref-38)
39. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Panga* (Jakarta, 2012) <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt50b48fe0bfe90/undang-undang-nomor-18-tahun-2012>. [↑](#footnote-ref-39)
40. Igal Ayal and Jehiel Zif, ‘Market Expansion Strategies in Multinational Marketing’, *Journal of Marketing*, Spring (1979), 84–94. [↑](#footnote-ref-40)
41. Kenichi Ohmae, *Triad Power* (New York: Free Press, 1985) and Pilip Kotler and Nikhilesh Dholakia, ‘Ending Global Stagnation: Linking the Fortunes of the Industrial and Developing Countries’, *Business in the Contemporary World*, Spring (1989), 86–97. [↑](#footnote-ref-41)
42. Ibrahim M. Rihan, ‘Digital Marketing’ <https://www.academia.edu/29461503/Digital\_Marketing\_Definition\_History\_Strategies\_Developments\_Advantages\_and\_Limitaions>, diakses 19 Juli 2020 [↑](#footnote-ref-42)
43. Anonim, ‘The Ultimate Guide To Digital Marketing’, *Digital Marketer.Com* <https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing>, diakses 19 Juli 2020. [↑](#footnote-ref-43)
44. Gunawan Sumodiningrat, *Pembangunan Daerah Dan Pemberdayaan Masyarakat* (Jakarta: PT. Bina Rena Pariwara, 2009). Hal.106. [↑](#footnote-ref-44)