



## **Pelatihan dan Strategi Penjualan Olahan Kelapa dalam Bentuk Keripik Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Di Desa Semparu**

**\*Ridho Rafqi Ilhamalimy, Fermatika Oktavia Hanna, Afrida Nurchasanah, I Ketut Kusuma Wijaya, Sari Kartikaningrum**

Program Studi Manajemen, FBMB, Universitas Pendidikan Mandalika

\*Corresponding Author e-mail: [\\*Ridhorafqiilhamalimy@undikma.ac.id](mailto:*Ridhorafqiilhamalimy@undikma.ac.id)

**Received: February 2024; Revised: April 2024; Published: Mei 2024**

### **Abstrak**

Pengabdian Masyarakat didesa Semparu bertujuan untuk Masyarakat dapat memahami materi tentang pengolahan buah kelapa dalam bentuk keripik dan Masyarakat dapat memahami tentang strategi pemasaran keripik kelapa. Kegiatan ini dihadiri oleh staf dan PKK desa Semparu berjumlah 20 peserta. Metode pelaksanaan dalam pengabdian Masyarakat ini adalah metode ceramah/tutorial dan praktik. Hasil yang didapat dari pengabdian Masyarakat di desa Semparu yaitu strategi pemasaran dapat membantu Masyarakat untuk memasarkan produknya dengan benar dan mendapatkan keuntungan dari hasil produknya, dan Masyarakat mendapatkan peningkatan keterampilan dari pelatihan pengolahan olahan kelapa serta membantu perekonomian keluarga. Berdasarkan hasil pengabdian diharapkan Masyarakat dapat tetap melanjutkan kegiatan-kegiatan dengan menggunakan inovasi baru dan dapat membangun brand image dari produk keripik kelapa.

**Kata Kunci:** Strategi Penjualan, Manajemen Marketing, Nilai Tambah Produk.

## ***Training and Sales Strategy for Processed Coconut in the Form of Chips in an Effort to Increase Family Income in Semparu Village***

### **Abstract**

*This Community Service in Semparu village aims for the community to understand material about processing coconuts in the form of chips and the community to understand marketing strategies for coconut chips. This activity was attended by village staff and the Semparu village PKK totaling 20 participants. The implementation method in community service is the lecture/tutorial and practical method. The results obtained from community service in Semparu village are that marketing strategies can help the community to market their products correctly and gain profits from the results of their products, and the community can improve their skills from training in coconut processing and help the family economy. Based on the results of the trial, it is hoped that the community can continue activities using new innovations and can build a brand image of coconut chips products.*

**Keywords:** Sales strategy, Strategic Marketing, Value Added Product

**How to Cite:** Ilhamalimy, R. R., Hanna, F. O., Nurchasanah, A., Wijaya, I. K. K., & Ningrum, S. K. (2024). Pelatihan dan Strategi Penjualan Olahan Kelapa dalam Bentuk Keripik Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Di Desa Semparu. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 6(2), 152-159. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i2.1845>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i2.1845>

Copyright© 2024, Ilhamalimy et al

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



## PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat ini berfokus pada pengolahan hasil perkebunan kelapa (*cocos nucifera*) dan strategi pemasaran produk keripik kelapa. Menurut Winarno (2014), kelapa (*cocos nucifera*) merupakan komoditas sosial yang pengembangannya secara tradisional turun-temurun tersebar di Nusantara. Selain itu kelapa merupakan komoditi penting dan bernilai ekonomi karena dari daun, buah dan batang dapat dimanfaatkan (Hamka, 2012). Produk Kelapa, tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, melainkan menjadi sumber lemak dan minyak yang baik (Subagio, 2011). Produk tanaman kelapa dapat digunakan sebagai bahan baku berbagai industri lainya, seperti santan, kelapa segar, berbagai produk kosmetik, dengan memiliki prospek yang menguntungkan dipasar. Bagian terpenting dari kelapa memiliki komposisi makan sangat baik sehingga menunjukkan kelapa baik sebagai nutrisi makanan. Selain menjaga kualitas, kelapa muda mampu diproses untuk menghasilkan produk baru yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Desa Semparu berlokasi kurang lebih 40 km dari kota Mataram merupakan salah satu desa dari 11 desa yang ada di wilayah Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah yang merupakan desa pemekaran dari Desa Muncan. Masyarakat Desa semparu selama ini hanya mengetahui pemanfaatan buah kelapa sebagai santan dan campuran bahan makanan yaitu urap. Masyarakat pada saat ini belum banyak mengetahui bahwa kelapa dapat diolah menjadi olahan yang beraneka ragam dan mendatangkan nilai ekonomis yang lebih besar. Salah satu produk olahan yang mudah dan bisa dilakukan oleh masyarakat desa Semparu adlah pembuatan keripik kelapa. Keripik kelapa adalah produk yang dibuat dari daging buah kelapa yang berwarna putih, dan memiliki bau yang khas kelapa (Rizky&Mavianti, 2019). Buah kelapa pada umumnya, dapat digunakan untuk keripik berusia tujuh hingga delapan bulan. Olahan keripik dari buah kelapa dapat dikonsumsi sebagai makan ringan atau makanan yang dikeringkan sehingga untuk membuat olahan tersebut dibutuhkan pelatihan kepada masyarakat Desa Semparu untuk mengelolah buah kelapa, sehingga memiliki nilai jual yang tinggi dari harga jual buah saja tanpa melalui proses pengolahan.

Selain pelatihan pembuatan olahan kelapa masyarakat Desa Semparu memerlukan pelatihan pemasaran. Pelatihan pemasaran menjadi satu kesatuan dalam pelatihan pengeolahan produk. Tujuan utama pembuatan produk adalah penjualan produk sehingga diperlukan teknik yang sesuai dalam penjualan suatu produk. Teknik pemasaran akan dapat dilakukan melalui media tradisional dan digital. Pemasaran dengan teknik tradisional merupakan pemasaran yang berdasarkan pada menjualkan barang kepada pembeli secara langsung atau tidak langsung. Teknik Pemasaran Digital adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merek atau produk menggunakan media digital atau internet dengan tujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat. Contoh penggunaan iklan online, media sosial, email marketing, optimisasi mesin pencari, dan pemasaran konten. Dengan memanfaatkan berbagai strategi ini, sebuah perusahaan dapat membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mencapai keberhasilan pemasaran yang

lebih tinggi. Para Pelaku Usaha harus dituntut untuk menggunakan teknik pemasaran digital dalam menjangkau konsumen secara cepat dan lebih luas.

Prgram pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pengolahan olahan buah kelapa menjadi keripik kelapa dan strategi pemasaran ini, dirancang sebagai upaya untuk memberikan nuasa kesetaraan, kemitraan dan kebersamaan sebagai landasan bagi proses pendampingan yang harmonis. Selain itu, program pemberdayaan masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian rakyat sekaligus menghasilkan devisa, dan diharapkan mampu menampung kebutuhan masyarakat, membangun kemampuan dalam meningkatkan pendapatan, melaksanakan usaha yang berskala bisnis serta mengembangkan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang partisipatif.

### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Semparu, Kecamatan Kopang, Kabupaten Lombok Tengah. Pelatihan dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 22 November 2023. Metode dalam pengabdian masyarakat ini adalah metode ceramah/tutorial dan praktik. Anggota peserta dalam kegiatan ini adalah ibu-ibu PKK dan staf Desa Semparu, Kecamatan Kopang, Kabupaten Lombok tengah berjumlah 20 orang.

Kegiatan dibuka oleh Kepala Desa Semparu, kemudian dilanjutkan penjelasan materi yang disampaikan dalam 2 sesi. Materi sesi pertama peserta diperkenalkan fungsi dan manfaat buah kelapa. Peserta diperkenalkan produk-produk olahan kelapa selain santan dan diminum langsung. Peserta dijelaskan bahwa kelapa sangat banyak dapat dimanfaatkan dan baik untuk tubuh. Daging buah kelapa bisa dijadikan kudapan atau cemilan yang mudah dibuat dirumah. Materi kedua, peserta diperkenalkan model-model pengemasan yang praktis dan metode pemasaran. Model-model pengemasan yang diperkenalkan adalah pengemasan dengan plastik klip. Metode pemasaran dibagi menjadi 2 yaitu metode penjualan langsung dan tidak langsung atau online. Penjualan langsung berupa menitipkan ke toko-toko sekitar dan penjualan tidak langsung melalui pemasaran group WhatsApp maupun aplikasi online shop. Kegiatan selanjutnya adalah pratik pembuatan keripik kelapa dengan alat dan bahan yang telah dipersiapkan.

Indikator dan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah masyarakat dapat memahami materi tentang pengolahan buah kelapa dalam bentuk keripik kelapa dan masyarakat dapat memahami tentang strategi penjualan keripik kelapa. Evaluasi dan tindak lanjut dalam pengabdian ini setelah kegiatan berakhir. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui pencapaian tujuan pelaksanaan pelatihan. Evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui peningkatan kemampuan mitra sebelum dan sesudah pelatihan. Sehingga pelatihan berjalan dengan baik akan dilakukan tindak lanjut dengan pengembangan dan pelatihan selanjutnya. Adapun indikator keberhasilan pelatihan ini antara lain:

- a. 100% peserta pelatihan hadir

- b. Lebih dari 80% peserta menyatakan memahami materi yang diberikan
- c. 90% peserta pelatihan memiliki motivasi untuk dapat mengolah produk buah kelapa menjadi keripik.
- d. 90% peserta pelatihan dapat memahami teknik pemasaran secara langsung dan tidak langsung (digital).

## HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan melakukan persiapan yang terdiri dari observasi, sosialisasi kegiatan, dan persiapan kegiatan. Observasi dilakukan kepada masyarakat langsung sehingga TIM PKM bisa menentukan program apa yang akan dibuat untuk mitra. Sosialisasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui komitmen mitra dalam melaksanakan dan mensukseskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Persiapan kegiatan bertujuan untuk menyiapkan segala kebutuhan pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan berikutnya adalah tahap pelaksanaan yang terdiri dari peserta diberikan materi pelatihan dan pendampingan membuat produk Keripik buah kelapa dan teknik pemasaran produk Keripik buah kelapa. Kegiatan terakhir adalah tahap evaluasi terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui pencapaian tujuan pelaksanaan pelatihan.

Masyarakat sangat antusias dengan mengikuti jalannya acara sampai selesai. Hal ini terlihat dari kehadiran mitra yang tepat waktu dan mengikuti acaranya sampai selesai. Semua anggota mitra yang berjumlah 20 orang hadir dalam kegiatan ini. Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 hari yaitu tanggal 22 November 2023 bertempat Balai Desa Semparu. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan melakukan observasi, sosialisasi kegiatan serta persiapan kegiatan dilakukan pada bulan 01 November 2023. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dimulai dari pukul 08.00 wita dan berakhir jam 12.00 wita.



**Gambar 1.** Pembukaan Acara Pengabdian Masyarakat Pengolahan produk buah kelapa menjadi keripik kelapa dan pembekalan teknik marketing produk.

Dari wawancara yang dilakukan saat dan setelah kegiatan peserta dapat memahami pentingnya manfaat buah kelapa. Peserta memahami



bahwa buah kelapa dapat menjadi sumber pendapatan baru mereka. Mitra sangat antusias untuk mengikuti jalannya acara sampai selesai dengan aktif berdiskusi seputar permasalahan manajemen usaha yang terkait dengan aspek pemasaran terhadap produk.

Melalui Pelatihan ini tentunya akan ada penjelasan tentang pentingnya pengolahan buah kelapa untuk meningkatkan nilai tambah produk dan dapat diterapkan langsung untuk bisnisnya.

### **Cara pembuatan Keripik buah kelapa**

Alat dan bahan pembuatan Keripik buah kelapa

#### **Bahan**

- 1 buah Buah Kelapa (tidak terlalu muda/tua)
- 150 gram Tepung beras
- 150 gram Tepung tapioka
- 2 sdm Gula Pasir
- 1 butir Telur
- 1 sdm Santan
- $\frac{1}{4}$  sdt Garam
- $\frac{1}{2}$  sdt Vanili
- 150 ml Air

#### **Alat**

- Baskom
- Pisau
- Parut
- Wajan
- Sutil
- Tirisan
- Kompor

### **Pembuatan Keripik buah kelapa**

Praktik pembuatan keripik kelapa goreng dimulai dengan membuat irisan tipis kelapa, kemudian penyiapan adonan tepung kering untuk kelapa, pencampuran adonan tepung dengan kelapa. Panaskan penggorengan tuangkan minyak tunggu minyak panas lalu masukan kelapa yang telah di beri adonan tepung secara pelan-pelan. Aduk keripik hingga keripik kering. Jika keripik berwarna kuning keemasan angkat dan penirisan.



**Gambar 2.** Persiapan intruksional pengolahan produk.



**Gambar 3.** Demo pembuatan Keripik buah Kelapa

### **Praktik Pengemasan Keripik Kelapa**

Setelah keripik kelapa diberikan aneka macam rasa, kemudian dikemas dengan menggunakan plastik klip ukuran sedang. Pengemasan setiap bungkus harus ditimbang dengan berat 100 g. Hasil keripik kelapa yang telah dikemas dan siap dipasarkan.



**Gambar 4.** Hasil keripik kelapa yang sudah dikemas

### **Teknik pemasaran**

Mitra dijelaskan bahwa pemasaran produk dilakukan dengan 2 cara secara langsung dan tidak langsung. Pertama pemasaran secara langsung yaitu pemasaran melalui jaringan seperti toko-toko sekitar, tetangga, teman maupun keluarga. Keuntungan yang didapatkan oleh mitra adalah masyarakat desa Semparu mayoritas masih ada hubungan keluarga. Kedua pemasaran tidak langsung atau secara online. Pemasaran secara online dapat menggunakan media whatss app, media group whatss app dan jaringan facebook. Mitra dapat memanfaatkan media yang dimiliki. Salah satu hal yang paling mudah dengan menjadikan status produk Keripik buah kelapa dalam status whatss app.

Para peserta mengharapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan seperti ini dapat dilakukan secara berkelanjutan agar kemampuan para peserta meningkat terutama dalam manajemen pengolahan produk dan pemasarannya, produk yang baik dan menarik akan mempermudah konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk (Ilhamalimy, 2020), perlunya juga pemanfaatan pemasaran tradisional

dan digital untuk mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian (Hamdan et al., 2022).

## KESIMPULAN

Pengabdian Masyarakat ini mengajarkan kepada masyarakat khususnya mitra PKK di Desa Semparu, Kecamatan Kopang, Kabupaten Lombok Tengah mengenai strategi pemasaran dan pemanfaatan kelapa dengan membuat olahan pangan berupa keripik buah kelapa. Dari hasil materi strategi pemasaran dapat membantu masyarakat untuk memasarkan produknya dengan benar dan mendapatkan keuntungan dari hasil produknya. Sedangkan dari hasil pengolahan produk pangan keripik kelapa, dapat meningkatkan keterampilan dan membantu perekonomian keluarga. Hasil olahan keripik kelapa hanya membutuhkan modal yang kecil dan dapat dijual, selain itu dapat disukai semua umur. Sehingga prospek bisnis keripik kelapa dapat menjadi salah satu lahan usaha bagi masyarakat desa.

## REKOMENDASI

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan mitra tetap melanjutkan kegiatan-kegiatan dengan menggunakan inovasi-inovasi baru dengan menghasilkan keripik lain dengan bahan yang berbeda. Selain itu mitra dapat membangun brand image dari produk keripik maupun produk yang akan dipasarkan oleh mitra.

## REFERENCES

- Ali Mubarak, Muhammad Duddy, Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Desa Pabuaran, 2020, Universitas Pamulang.
- Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2018). Panduan Penilaian Kinerja Pengabdian kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi. [http://www.ristekdikti.go.id/kinerja\\_abdimas](http://www.ristekdikti.go.id/kinerja_abdimas)
- Hamdan, H., Raharja, I., Ilhamalimy, R. R., & Ali, H. (2022). Consumer Value Perception Model as Consideration for Fusion Beverage Business Sustainability. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(3), 347. <https://doi.org/10.22441/jimb.v8i3.13931>
- Hamka, H. (2012). Analissi faktor produksi tanaman kelapa (*Cocos nufera*) terhadap pendapatan petani. *Arikan: Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan*, 5(1), 49. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.5.1.49-56>
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ilhamalimy, R. R. (2020). Determinasi Minat Beli Online Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1), 70–80. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i1.308>
- Rizky, R.N., & Mavianti. (2019). Keripik Kelapa: Peluang Usaha Baru di Dusun 3 Tanjung Anim, Deli Serdang. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3633>

- Simomora Bilson.2007.Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Subagio, A. (2011). Potensi Daging Buah Kelapa sebagai Bahan Baku Pangan Bernilai. *Jurnal Pangan*, 20(1).12.
- Tjipto, Fandy, 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI:Yogyakarta.
- Winarno, F.G. (2014). Kelapa Pohon Kehidupan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.