

## STRATEGI KEWIRAUSAHAAN UMKM DENDENG DAUN SINGKONG DI DESA CIANTRA DALAM MEMBANGUN IDENTITAS DAN NILAI JUAL

Etty Zuliawati Zed<sup>1</sup>, Akbar Bakhtiar Widiyanto<sup>2</sup>, Rafli Akbar<sup>3</sup>, Ahmad Alfariji<sup>4</sup>  
[ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [akbarbakhtiarwidiyanto@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:akbarbakhtiarwidiyanto@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>,  
[rafliakbarpratama36@gmail.com](mailto:rafliakbarpratama36@gmail.com)<sup>3</sup>, [ahmadalfariji95@gmail.com](mailto:ahmadalfariji95@gmail.com)<sup>4</sup>

Universitas Pelita Bangsa

### ABSTRAK

Kewirausahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menggerakkan ekonomi lokal. Salah satu produk yang memiliki potensi besar adalah dendeng daun singkong. Desa Ciantra, dengan sumber daya alam yang melimpah, menjadi lokasi strategis untuk pengembangan produk ini. Dalam konteks globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, membangun identitas dan nilai jual produk UMKM sangatlah krusial. Identitas yang kuat dapat membantu produk dendeng daun singkong dari Desa Ciantra menonjol di tengah beragam pilihan yang ada di pasaran. Oleh karena itu, strategi kewirausahaan yang tepat diperlukan untuk meningkatkan kualitas, daya tarik, dan pemasaran produk. Melalui pendekatan yang terencana, seperti pengembangan produk yang berkelanjutan, inovasi dalam pemasaran, dan keterlibatan komunitas, diharapkan UMKM dendeng daun singkong dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing produk, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Ciantra. Dengan latar belakang tersebut, ini akan menguraikan strategi strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM dendeng daun singkong di Desa Ciantra dalam membangun identitas dan meningkatkan nilai jual produk, serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM keripik daun singkong di Desa Ciantra.

**Kata Kunci:** Strategi Kewirausahaan, Identitas, Nilai Jual.

### ABSTRACT

*Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a vital role in the Indonesian economy, especially in creating jobs, increasing community income, and driving the local economy. One product with great potential is cassava leaf chips. Ciantra Village, with its abundant natural resources, is a strategic location for developing this product. In the context of globalization and increasingly fierce market competition, building an identity and selling points for MSME products is crucial. A strong identity can help cassava leaf chips from Ciantra Village stand out from the variety of choices on the market. Therefore, the right entrepreneurial strategy is needed to improve the quality, attractiveness, and marketing of the product. Through a planned approach, such as sustainable product development, innovation in marketing, and community involvement, it is hoped that cassava leaf chip MSMEs can optimize their potential. This approach will not only increase the product's competitiveness but also contribute to improving the welfare of the people in Ciantra Village. With this background, this research will describe the strategies that can be implemented by cassava leaf chip MSMEs in Ciantra Village to build identity and increase product value, as well as their impact on local economic growth. This study uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation studies. The informants in this study were cassava leaf chip MSME actors in Ciantra Village.*

**Keywords:** Entrepreneurial Strategy, Identity, Selling Points / Value Proposition.

## PENDAHULUAN

Indonesia dikenal dengan kekayaan kulinernya yang beragam, memanfaatkan berbagai bahan baku dari hasil alam. Salah satunya adalah daun singkong, yang umumnya dianggap sebagai limbah pertanian, namun memiliki potensi besar untuk diolah menjadi produk pangan inovatif. Di Desa Ciantra, potensi ini telah ditangkap oleh masyarakat yang jeli melihat peluang usaha. UMKM dendeng daun singkong mulai muncul, mengolah daun singkong menjadi camilan renyah dengan cita rasa unik. Inisiatif ini patut diapresiasi karena tidak hanya menciptakan peluang ekonomi, tetapi juga mendorong pemanfaatan sumber daya alam secara optimal dan berkelanjutan. Meskipun menjanjikan, UMKM dendeng daun singkong di Desa Ciantra masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dendeng daun singkong di Desa Ciantra adalah kurangnya pemahaman mengenai strategi kewirausahaan yang efektif. Banyak pelaku UMKM yang masih menjalankan usahanya secara tradisional, dengan pengetahuan terbatas mengenai pengembangan produk, penentuan harga jual, dan strategi pemasaran yang tepat. Keterbatasan modal dan akses terhadap teknologi juga menjadi faktor penghambat dalam mengembangkan usaha. Kondisi ini mengakibatkan beberapa permasalahan yang cukup mendasar, diantaranya:

- Kualitas produk yang belum standar. Proses produksi yang masih tradisional dan kurangnya pengetahuan tentang teknik pengolahan pangan yang baik mengakibatkan kualitas produk belum konsisten. Hal ini mencakup aspek rasa, tekstur, keawetan, hingga keamanan pangan. Standarisasi produk penting untuk menjaga kualitas dan menjamin kepuasan konsumen, sehingga dapat membangun citra positif dan loyalitas pelanggan.
- Kemasan produk yang kurang menarik. Kemasan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat konsumen. Kemasan yang sederhana, kurang informatif, dan tidak menarik dapat menyebabkan produk kurang diminati di pasaran. Kemasan yang baik tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai media promosi dan representasi dari nilai jual produk.
- Strategi pemasaran yang belum optimal. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan sistem penjualan langsung dengan jangkauan pasar yang terbatas. Pemanfaatan media online sebagai sarana promosi dan pemasaran masih sangat minim, padahal di era digital saat ini, pemasaran online memiliki peran yang sangat penting dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang tepat akan membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar.
- Kurangnya pemahaman mengenai branding dan identitas produk. Pelaku UMKM belum memiliki kesadaran akan pentingnya membangun merek dan identitas produk yang kuat. Identitas produk yang jelas dan unik akan membantu produk lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, serta meningkatkan nilai jual produk. Branding yang kuat akan membangun citra positif dan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Berangkat dari permasalahan tersebut, pengabdian kepada masyarakat ini hadir sebagai upaya untuk memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM dendeng daun singkong di Desa Ciantra. Dengan pendekatan kualitatif, pengabdian ini akan menggunakan metode wawancara mendalam untuk menggali informasi dan memahami kondisi riil yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Melalui wawancara, tim pengabdian akan mengidentifikasi permasalahan, kebutuhan, dan potensi yang dimiliki oleh masing-masing UMKM. Selanjutnya, tim pengabdian akan memberikan

pendampingan secara berkelanjutan kepada pelaku UMKM dalam merumuskan strategi kewirausahaan yang tepat. Pendampingan ini akan difokuskan pada peningkatan pemahaman mengenai pengembangan produk, penentuan harga jual, dan strategi pemasaran yang efektif, baik offline maupun online. Selain itu, pendampingan juga akan diarahkan pada penciptaan identitas dan branding produk yang unik agar mampu menarik minat konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi kewirausahaan UMKM keripik daun singkong di Desa Ciantra dalam membangun identitas dan nilai jual produk.

Lokasi pengabdian ini adalah Desa Ciantra, Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi Desa Ciantra sebagai penghasil singkong dan keberadaan UMKM dendeng daun singkong yang cukup aktif.

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu:

- Wawancara Mendalam: Dilakukan dengan pelaku UMKM dendeng daun singkong di Desa Ciantra untuk menggali informasi mengenai strategi kewirausahaan yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dirasakan.
- Observasi: Dilakukan untuk mengamati secara langsung proses produksi, pengemasan, dan pemasaran keripik daun singkong.
- Studi Dokumentasi: Meliputi pengumpulan data dari berbagai sumber seperti dokumen resmi, laporan kegiatan UMKM, dan data sekunder lainnya yang relevan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari pengabdian ini mengungkapkan bahwa UMKM dendeng daun singkong di Desa Ciantra memiliki potensi besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usahanya. Melalui wawancara mendalam dengan para pelaku UMKM, teridentifikasi beberapa permasalahan utama, di antaranya keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan tentang teknik pemasaran modern, serta kesulitan dalam menjaga konsistensi kualitas produk. Pendampingan yang dilakukan berfokus pada peningkatan aspek produksi dan pemasaran. Dalam hal produksi, diberikan masukan mengenai pentingnya standarisasi proses pengolahan, pengemasan yang menarik, dan inovasi produk. Sedangkan dalam aspek pemasaran, ditekankan pemanfaatan media sosial dan platform online untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, didorong pula untuk melakukan kerjasama dengan pihak lain, seperti toko oleh-oleh dan warung makan, serta aktif berpartisipasi dalam kegiatan pameran dan bazar. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya strategi kewirausahaan. UMKM mulai menerapkan inovasi produk dengan menciptakan varian rasa baru dan mengembangkan kemasan yang lebih menarik. Pemanfaatan media sosial juga mulai dilakukan, meskipun masih dalam skala terbatas.

Dalam pengembangan produk, UMKM harus berinovasi dalam menciptakan varian rasa dan tekstur dendeng, mengembangkan kemasan yang menarik dan informatif, menerapkan standar kualitas dan higienitas, serta memanfaatkan teknologi tepat guna dalam proses produksi. Misalnya, UMKM dapat menciptakan varian rasa balado, keju, atau pedas manis, mengemas produk dalam kemasan berbagai ukuran dengan desain yang eye-catching, dan menggunakan mesin penggoreng vakum untuk menghasilkan

keripik yang lebih renyah dan tahan lama. Strategi kewirausahaan yang efektif meliputi pemanfaatan media sosial dan platform online, partisipasi dalam pameran dan bazaar, kerjasama dengan toko oleh-oleh dan warung lokal, serta pemberian diskon dan promosi menarik. UMKM dapat membuat akun media sosial yang aktif, memanfaatkan platform e-commerce, menawarkan tester produk di acara pameran, dan memberikan harga khusus bagi reseller. Keterlibatan komunitas juga penting dalam strategi kewirausahaan. UMKM dapat memberdayakan masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja, memberikan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM lainnya di desa, serta menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah dan instansi terkait. Penerapan strategi kewirausahaan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk, menciptakan identitas produk yang kuat dan mudah dikenali, meningkatkan nilai jual produk, serta membangun reputasi dan citra positif di mata konsumen. Dampak positif dari strategi ini tidak hanya dirasakan oleh UMKM, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan pendapatan UMKM, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Ciantra.

### Dokumentasi



### KESIMPULAN

Pengolahan daun singkong menjadi dendeng merupakan salah satu potensi ekonomi yang dapat dikembangkan di Desa Ciantra. Studi ini menunjukkan bahwa UMKM dendeng daun singkong di desa ini dapat meningkatkan daya saing dan nilai jual

produknya dengan menerapkan strategi kewirausahaan yang komprehensif. Strategi tersebut meliputi inovasi produk, pemasaran yang efektif, dan keterlibatan aktif komunitas. Inovasi produk dapat difokuskan pada diversifikasi produk, baik dari segi rasa, tekstur, maupun kemasan. Misalnya, UMKM dapat mengembangkan varian rasa, serta menawarkan dendeng dengan tingkat kerenyahan yang berbeda. Pengemasan juga perlu diperhatikan, dengan menggunakan kemasan yang menarik, informatif, dan memenuhi standar higienitas. Selain itu, penerapan teknologi tepat guna dalam proses produksi dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Pemanfaatan media sosial dan e-commerce. Selain itu, partisipasi dalam pameran dan bazar, serta kerjasama dengan toko oleh-oleh dan restoran dapat meningkatkan visibilitas produk. Keterlibatan komunitas, Pemberdayaan masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja, pelatihan bagi para pelaku UMKM, serta kerjasama dengan pemerintah daerah dan instansi terkait akan menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif. Dengan menerapkan strategi kewirausahaan yang terpadu, UMKM dendeng daun singkong di Desa Ciantra diharapkan dapat meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi desa.

### **Saran**

Diperlukan pendampingan berkelanjutan agar para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki dan meningkatkan daya saing produknya. UMKM dendeng daun singkong di Desa Ciantra perlu menerapkan strategi kewirausahaan yang terpadu untuk meningkatkan daya saing dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Strategi ini mencakup pengembangan produk, pemasaran, dan keterlibatan komunitas.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- I. A. A. Yunita Rahayu, "Pelatihan Inovasi Produk Kingkong (Keripik Daun Singkong) Sebagai Potensi Usaha Kreatif Bagi Masyarakat Desa Padamulya Kecamatan Pasirkuda Kabupaten Cianjur Provinsi Jawa Barat," *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, pp. 2(1), 1-7, 2022.
- M. S. I. W. M. K. R. A. and A. M. , "Strategi Branding untuk Membangun Identitas Brand dalam Meningkatkan Pemasaran di Desa Bandarkedungmulyo Jombang,," *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, pp. 2(1), 1-5., 2021.
- S. M. Thalia, "Analisis Usaha Dendeng Daun Singkong di Kota Padang," Universitas Andalas, 2024.
- W. A. HASIBUAN, "STRATEGI PEMASARAN DENDENG DAUN SINGKONG INDUSTRI RUMAH TANGGA ISMET PAGAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT," Publikasi IAIN Batu Sangkar, 2024.