

**PENGEMBANGAN HOME INDUSTRI KRIPIK JAMBU KRISTAL SEBAGAI
PRODUK OLEH-OLEH KHAS DESA TANJUNG ANOM**

Agiet Mutiara Rengganis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
agietmutiaram@gmail.com

Maisaroh

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Muhammad Fathoni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
mhdfathoni10@gmail.com

Juliana Nasution

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
mnasution765@gmail.com

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi Email : agietmutiaram@gmail.com

ABSTRACT

The development of small and micro enterprises (SMEs) in indonesia is one of the priorities in national economic development. This is because the business is the backbone of the people's economic system which is not only aimed at reducing the problem of inequality between income and between business actors, or to alleviate poverty and create jobs. Home industry is one the business units/companies on a small scale which is engaged in a certain industry. This business is usually produced by associations of housewives. The role of the home industry is very meaningful in empowering the community to have independence in the economic field. Tanjung Anom Village, Pancur Batu District, Deli Serdang Regency has an extensive guava cultivation farm, this is an alternative opportunity for community economic development. This research was conducted with a qualitative descriptive method. The data collected is based on the results of interviews, observations, and documentation from the place and the relevant sources. From the results of the study, it can be concluded that qualitatively business actors gain additional knowledge, understanding, and insight as well as basic skills about online product marketing.

Keyword : Home Industri, Crystal Guava Chips, Souvenir.

ABSTRAK

Pengembangan usaha kecil dan mikro (UKM) di indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung

sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan mengurangi masalah kesenjangan antara pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun untuk mengentas kemiskinan dan membuka lapangan pekerjaan. Home industri adalah salah satu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Usaha ini biasanya diproduksi oleh perkumpulan ibu rumah tangga. Peran home industri sangat berarti dalam memberdayakan masyarakat agar memiliki kemandirian dalam bidang ekonomi. Desa Tanjung Anom, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang memiliki usaha tani pembudidayaan jambu biji yang luas, ini merupakan peluang alternatif pengembangan ekonomi masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari tempat dan narasumber yang bersangkutan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara kualitatif pelaku usaha mendapatkan tambahan pengetahuan, pemahaman, dan wawasan serta keterampilan dasar tentang pemasaran produk secara online

Kata Kunci : *Home Industri, kripik Jambu Kristal, oleh-oleh.*

PENDAHULUAN

Tanjung Anom merupakan salah satu Kelurahan yang ada di Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Desa Tanjung Anom terdiri dari 6 Dusun, Dusun I sampai Dusun VI. Hingga saat ini, kepala Desa saat ini yang menjabat bernama H.ARBI GUNANTO,SE.

Desa Tanjung Anom memiliki banyak tanaman jambu kristal yang dibudidayakan oleh masyarakat sekitar. Tetapi pemanfaatan tanaman tersebut masih minim. Sementara jambu kristal merupakan tumbuhan musiman dimana saat musim panen tiba jumlah buah akan melimpah dan jambu kristal sendiri tidak tahan terhadap cuaca terutama musim hujan yang berkepanjangan. (Wahono & Mahendri, 2022) Hal inilah yang menyebabkan jambu kristal mudah busuk dan terbuang sia sia. Oleh sebab itu, peneliti tertarik meneliti hasil temuan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara melalui program Kuliah Kerja Nyata di Desa Tanjung Anom yang menciptakan inovasi berupa kripik jambu kristal.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 pasal 1, bahwa “home industri adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang- undang ini”. Haymans (2007: 17) “home industri adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Jadi dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan home industri merupakan kegiatan

ekonomi yang berbasis di rumah , dikelola oleh anggota keluarga sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga(Khairil Hamdi, 2019).

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan semangat masyarakat dalam berwirausaha guna memanfaatkan potensi alam desa sebagai inovasi produk oleh oleh khas Desa Tanjung Anom. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi guna memaksimalkan pengolahan jambu kristal sehingga hasilnya nanti dapat bermanfaat secara keseluruhan dan menjadi peluang usaha untuk masyarakat Desa Tanjung Anom.

METODE PENELITIAN

Menurut Mukhtar (2013: 10) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dari tempat dan narasumber yang bersangkutan.

KAJIAN TOERI

1. HOME INDUSTRI

a. Pengertian Home Industri

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 pasal 1, bahwa “home industry adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang- undang ini”. Haymans (2007: 17) “home industry adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum.

Jadi dari beberapa defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan home industri merupakan kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah , dikelola oleh anggota keluarga sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga.(Khairil Hamdi, 2019)

b. Karekteristik Home Industri

Subanar (2004: 42) karakteristik dari home industri yaitu,

- 1) industri yang bersifat ekstraktif yang cenderung menggunakan barang setengah jadi menjadi barang jadi,
- 2) industri yang dikelompokkan pada industri dengan jumlah tenaga kerja 1-19 orang. Batasan jumlah pekerja terkait dengan kompleksitas organisasi apabila jumlah tenaga semakin banyak yang juga membutuhkan pembiayaan,
- 3) Industri yang tidak tergantung pada kondisi tertentu seperti bahan baku, pasar dan tenaga kerja, karena kebutuhan tenaga kerja yang kecil. Manajemen pengelola, teknologi yang rendah serta tidak membutuhkan tenaga kerja yang ahli membuat karakter industri ini tidak tergantung persyaratan lokasi. Dalam arti lokasi industri kecil dan rumah tangga sangat fleksibel,
- 4) industri yang menggunakan barang setengah jadi menjadi barang jadi. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat kemudahan pengolahannya dibandingkan dengan industri menengah dan besar,
- 5) home industry termasuk pada industri ringan. Dalam hal ini ditinjau dari barang yang dihasilkan merupakan barang yang sederhana, tidak rumit serta tidak membutuhkan proses yang rumit dan teknologi yang tinggi,
- 6) sebagian besar pemilik home industri adalah masyarakat menengah ke bawah yang tidak mempunyai modal serta aset untuk mendapatkan bantuan dari bank, sehingga sistem pemodalannya adalah mandiri/swa-dana,
- 7) Ditinjau dari subyek pengelola, home industri merupakan industri yang dimiliki oleh pribadi (rakyat) dengan sistem pengelolaannya yang sederhana, dan,
- 8) Ditinjau dari cara pengelolaannya, industri ini merupakan industri yang mempunyai struktur manajemen dan sistem keuangan yang sederhana. Hal ini disebabkan industri ini lebih banyak bersifat kekeluargaan.

c. Manfaat Home Industri

Sebagai usaha dalam skala kecil, home industry mempunyai manfaat dan peran diantaranya sebagai berikut:

- 1) Home Industri sebagai Alternatif Penghasilan bagi Keluarga

Kegiatan ekonomi rumah tangga ini membantu meningkatkan pendapatan keluarga karena merupakan usaha sampingan yang tidak banyak menyita waktu.

2) Home Industri Berpeluang untuk Mengurangi Angka Kemiskinan

Kegiatan ekonomi home industri secara tidak langsung membuka lapangan kerja bagi anggota keluarga ataupun tetangga yang berada di sekitar tempat tinggal, oleh karena itu home industri dapat membantu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. (Khairil Hamdi, 2019)

2. KRIPIK JAMBU KRISTAL

Kripik atau kripik adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian, buah-buahan, atau sayur-sayuran yang digoreng di dalam minyak nabati. Untuk menghasilkan rasa gurih dan renyah biasanya dicampur dengan tepung yang diberi bumbu rempah tertentu.

Sedangkan Jambu kristal merupakan buah yang berasal dari Taiwan. Masuk ke Indonesia pada tahun 1998 dibawa oleh Misi Teknik Taiwan. Bentuk buahnya bulat agak gepeng. Kandungan biji 3%. Permukaan buah adalah tonjolan tidak merata. Bobot buah 250 sampai 500 gram per buah. Warna kulit luar hijau muda, sedangkan daging buah putih. Tekstur daging buah renyah saat hampir matang dan empuk saat di puncak kematangan. Rasa manis dengan kadar kemanisan 11 sampai 12 derajat Briks. Pada tingkat kematangan 70% jambu kristal bisa tahan simpan hingga 1 bulan pada suhu pendingin 10 sampai 15 derajat Celcius.

Jambu kristal mulai berbuah umur 7 bulan asal bibit cangkok. Pada umur itu, mampu memproduksi 5 sampai 7 buah, bobotnya 300 gram per buah. Pada umur 2 tahun produksi 70 sampai 80 kilo per pohon selama 6 bulan. Sekali berbuah jumlahnya 15 sampai 30 buah per pohon. Tanaman berbuah sepanjang tahun. Panen raya dapat dilakukan dua kali, Desember sampai Maret dan Juni sampai September. Namun, itu bukan patokan sebab petani dapat mengatur sendiri panen raya dengan mengatur pemangkasan. Perawatan intensif menghasilkan umur ekonomis 10 sampai 20 tahun. (SWADAYA, 2014)



3. OLEH-OLEH

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) oleh-oleh adalah sesuatu yang dibawa dari bepergian atau bisa disebut juga buah tangan (<http://kbbi.web.id/oleh-oleh.html> diakses pada 31 Oktober 2022). Dari arti harfiahnya, oleh-oleh merupakan barang yang diberikan seseorang dari bepergian, bertujuan untuk dikenang. Oleh-oleh dapat berupa kerajinan dan makanan khas daerah setempat. Oleh-oleh dibagi menjadi produk barang menurut Fandy Tj iptono adalah “produk yang berwujud fisik sehingga dapat dilihat, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dan perlakuan fisik lainnya.

HASIL PENELITIAN

Dari hasil observasi dan wawancara, secara garis besar permasalahan yang dialami pada home industri adalah:

- Kurangnya pengetahuan tentang home industri
- Rendahnya pemahaman pelaku home industri tentang pentingnya Branding/Merk pada produk
- Kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan digital marketing dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah meningkatkan pengetahuan pelaku home industri mengenai kegiatan home industri menjadi masyarakat yang mandiri secara ekonomi dengan pemahaman branding dan memanfaatkan teknologi informasi dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

Adapun metode yang diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah:

- Memberikan penyuluhan dan motivasi tentang kegiatan home industri , sehingga memiliki pemahaman dalam mengelola sebuah usaha home industri
- Pemahaman akan pentingnya branding dalam menunjang image produk yang akan dijual nantinya.
- Pelatihan memanfaatkan teknologi informasi dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

a. Promosi

Tujuan promosi menurut kotler dan amstrong (2008:205) yaitu:

- Mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang.
- Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak pers ediaan.
- Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak.
- Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru atau mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru.

Adapun tempat promosi produk yang ditawarkan kepada home industri adalah :

1) Facebook

Sosial media yang satu ini masih menjadi opsi bagi banyak orang untuk berkomunikasi dengan keluarga maupun rekan. Keberadaan mereka jadi satu alasan mengapa Facebook ini menjadi sosial media yang banyak dijadikan sebagai media beriklan online selain pada situs bisnis. Banyak yang mengakui pemakaian Facebook sebagai contoh media promosi relatif gampang bagi para pebisnis online. Bahkan banyak dari para pelaku bisnis yang sudah punya toko fisik pun masih memanfaatkan Facebook sebagai sarana beriklan.

2) Instagram

Media sosial satu ini sekarang sedang menjadi primadona media bisnis online. Selain karena bisa menampilkan foto produk juga karena caption yang bisa ditulis dengan lebih panjang dibandingkan Twitter. Instagram juga mudah diakses dari ponsel cerdas dan sedang menjadi media sosial pendongkrak eksistensi paling tinggi di kalangan anak muda. Inilah kesempatan bagi Anda untuk mempromosikan produk dan bisnis dengan mudah karena calon konsumen pun lebih banyak berkumpul di media sosial ini. *Hashtag* adalah salah satu kekuatan promosi yang luar biasa jika Anda menggunakan Instagram sebagai media bisnis. Selain itu, aktif berinteraksi dengan para pelanggan juga menjadi salah satu trik yang bisa membuat pelanggan menaruh perhatian lebih pada bisnis Anda.

3) Marketplace

Selain menggunakan media sosial seperti yang disebutkan di atas, kita juga bisa menggunakan situs marketplace seperti shoppe, lazada, tokopedia dan lain-lain. Marketplace ini sangat membantu para pebisnis online untuk memiliki halaman toko mereka sendiri dan melakukan aktivitas promo dan pemasaran produk mereka. Tidak jarang para pemilik bisnis yang sudah memiliki toko fisik pun membuat halaman toko mereka di berbagai marketplace guna memperluas jaringan dan mendapatkan lebih banyak konsumen.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)

Vol.1, No.4 November 2022

e-ISSN: 2963-7643; p-ISSN: 2963-8194, Hal 197-205

1. Meningkatkan pengetahuan pelaku usaha tentang home industri
2. Meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya internet untuk menunjang kegiatan usaha
3. Meningkatkan pengetahuan pelaku usaha tentang pemanfaatan internet untuk promosi dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

Khairil Hamdi. (2019). Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 110–116. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2867>

Wahono, H. T. T., & Mahendri, W. (2022). Pelatihan Pembuatan Keripik Jambu Kristal sebagai Inovasi Produk Oleh-Oleh Khas Desa Banjarsari. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 63–68. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v3i1.2532

Swadaya, T. (2014). Jambu Kristal. In E. Syariefa, *Jambu Kristal* (P. 64). Jakarta: Pt. Trubus Swadaya.

Diana, Nor Laila (2021). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan Dimasa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi: Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat* LPPM UMJ, 2714-6286. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/8028>

Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237.

Gunawan, I. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. In Bumi Aksara (5th ed.).