

Pembedayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Komoditas Ketela di Desa Giricahyo

Sunarsih^{(a)*}

^(a) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

* Korespondensi Penulis, Alamat: Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Email: sunarsihyusro3@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submitted 19 Februari 2020

Revised 12 April 2020

Accepted 30 Juni 2020

Keywords:

Community Development, Cassava Commodity, Innovation and Creativity, Social Assistance

ABSTRACT

This paper explores the empowering model through the function of cassava commodity as an increase of prosperous people in Giricahyo Village, Gunungkidul. Qualitatively, through a community-based research approach, a workshop for cassava commodity development has become the trend in the empowerment program. The shifting paradigms framework from positivistic to holistic can be claimed as a new social intervention model. Furthermore, the study finds that assistance people can be optimized when implemented in the community development process. This article argues that Cassava's innovation in various creativity can appear new understood and knowledge for people to restricted productivity. Society has been motivated to open a new enterprise product. However, social welfare can not evaluate in this program. Optimization of cassava processed has become snack products that can increase prosperous people with the program's evaluation.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Pemberdayaan Masyarakat; Komoditas Ketela; Inovasi dan Kreativitas; Pendampingan Sosial.

Tulisan ini mengeksplorasi model pemberdayaan melalui pemanfaatan komoditas ketela sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Giricahyo, Gunungkidul. Melalui pendekatan community-based research, secara kualitatif, pelatihan pengembangan komoditas ketela menjadi trend dalam program pemberdayaan. Kerangka kerja dari perubahan cara pandang pemikiran positivistik ke holistik dapat diklaim sebagai model intervensi sosial baru. Karena itu,



studi ini menemukan pendampingan masyarakat dapat berjalan optimal ketika paradigma tersebut diterapkan dalam proses pemberdayaan. Artikel ini berargumentasi bahwa inovasi olahan ketela dengan beragam varian kreativitas dapat memunculkan pemahaman dan wawasan baru bagi masyarakat dalam produksi yang terbatas. Masyarakat telah termotivasi untuk membuka usaha baru. Namun demikian, tingkat kesejahteraan masyarakat tidak dapat diukur dalam program ini. Pengoptimalan pengolahan ketela menjadi makanan ringan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan dengan capaian evaluasi yang terukur.

Pendahuluan

Studi pemberdayaan melalui pengembangan komoditas terbaru telah banyak menghasilkan aspek positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Beragam pemberdayaan model ini dikemas ke dalam bingkai pelatihan. Salah satu komoditas terbaru tersebut adalah jenis *polowijo*, yakni singkong—kerap juga dikenal dengan nama ketela. Komoditas ketela dapat berdayaguna sebagai bahan makanan lain yang diolah menjadi tepung *mocaf*. Tepung ini dapat menjadi bahan olahan dasar untuk membuat *brownies*, *banana cake*, *cupcake*, maupun *cookies*.¹

Pada aspek lain, ketela juga dapat dikembangkan menjadi jenis usaha yang cukup menjanjikan. Seiring dengan pertumbuhan kawasan wisata di berbagai desa, ketela dapat menjadi komoditas bisnis baru dengan menciptakan bahan olahan menjadi kripik singkong beragam aneka rasa.² Hal ini juga didukung oleh pengembangan produk pangan yang berbasis ubi kayu

¹ 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.

² Abdul Rohman and others, 'Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dusun Mrico Desa Lebak Melalui Usaha Kripik Singkong Aneka Rasa', *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9 (2019), 120–27.

(*manihotesculenta*) sebagai alternatif pengganti nasi. Sementara itu, ubi kayu bisa dimanfaatkan sebagai bahan baku pangan fungsional berupa *flakes* yang mengandung antioksidan karena mempunyai kandungan skopoletin. Salah satu komponen bioaktif yang berfungsi fisiologis untuk kesehatan.³ Sejalan dengan hal tersebut, penulis menjumpai inovasi lain dalam pengolahan yang berbahan dasar ketela. Studi di Dusun Bandung dan Dusun Songbayu, Gunungkidul, masyarakat mampu menghasilkan kreativitas dengan mengembangkan inovasi bahan dasar ketela sehingga menjadi produk bisnis kripik singkong.⁴

Studi empiris inovasi pengolahan dengan berbahan dasar singkong telah marak dikawasan wisata pedesaan. Hal ini sebagai model pemberdayaan ekonomi masyarakat di obyek wisata melalui pendekatan partisipasi pada usaha ekonomi, baik secara perorangan ataupun kelompok.⁵ Namun model pendekatan partisipasi melalui pemberdayaan ekonomi ini cenderung dilakukan dengan pemberian bantuan modal, studi banding, bantuan sarana dan prasarana, dan perluasan pasar.⁶ Model pemberdayaan ini cenderung kurang berhasil apabila fasilitator program sudah tidak lagi melakukan pendampinga.

Dengan begitu, penulis mencoba menawarkan model baru yang lebih *genuine*, yakni model pemberdayaan berbasis perubahan paradigma dari pemikiran positivistik ke arah yang bersifat holistik, sinergetik, dan

³ 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.

⁴ 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.

⁵ 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 Eduksos*, V.1 (2016), 55-63.

⁶ Arsiyah, Heru Ribawanto, and Sumartono, 'Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Ekonomi Desa', *WACANA*, 12.2 (2009), 370-75.

berparadigma transdisipliner.⁷ Konsep ini seiring dengan hipotesis yang muncul, perubahan paradigma berpikir dari model pendampingan semu menjadi *full power* dapat menciptakan peluang besar bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.⁸

Untuk membuktikan hipotesis ini, penulis menggunakan *Community Based Research* sebagai metode penelitian. Adapun metode pengambilan data melalui proses observasi, wawancara, kuisioner dan *focus group discussion*. Pemilihan metode ini sangat cocok dengan desa yang penulis dampingi, yaitu masyarakat Desa Giricahyo, Gunungkidul. Ketela atau singkong sangat melimpah di Desa Giricahyo, sehingga sangat cocok untuk membuat kreasi makanan yang inovatif dengan beragam olahan, yaitu lanting, geblek dan cookies. Makanan ringan tersebut disukai banyak orang, cocok sebagai makanan ringan pada waktu santai atau pun untuk pelengkap pada waktu makan, dan juga sangat cocok sebagai buah tangan bagi wisatawan. Berdasarkan kondisi tersebut, artikel ini hendak menjelaskan bagaimana model pemberdayaan ekonomi masyarakat? Apakah perubahan cara pandang tadi dapat mengoptimalkan pengolahan ketela untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Giricahyo, Gunungkidul.

Kondisi Masyarakat Desa Giricahyo dan Potensi Pengembangan Ekonomi

Pelaksanaan kegiatan penelitian ini dilakukan bersama antara peneliti dan dengan mitra, yaitu Kepala Desa, tokoh masyarakat Giricahyo, Purwosari, Gunungkidul, dan masyarakat. Dimana ini merupakan esensi dari *Community Based Research* yang merupakan

⁷ Margaret R. Boyd, *Community-Based Research: Understanding the Principles, Practices, Challenges, and Rationale* (The Oxford Handbook of Qualitative Research. Oxford: Oxford University Press., 2014), hal. 503.

⁸ Brenda Roche, *New Directions in Community-Based Research* (Wellesley Institute, 2008) <<http://www.wellesleyinstitute.com/wp-content/uploads/2011/11/newdirectionsinbr.pdf>>.

kegiatan penelitian bersama masyarakat untuk mengatasi permasalahan yang dialami masyarakat.

Pada tahap awal pelaksanaan *Community Based Research*, peneliti dibantu tim mahasiswa Kuliah Kerja Nyata UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 101 yang berlokasi di Desa Giricahyo melakukan observasi tentang kondisi dan potensi sumber daya alam yang dimiliki Desa Giricahyo. Selanjutnya tim melakukan koordinasi dengan Bapak Kepala Desa, perangkat Desa dan tokoh masyarakat di Desa Giricahyo untuk menentukan program dan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam kegiatan *Community Based Research* ini. Hasil dari observasi adalah sebagai berikut:

- Wilayah Giricahyo adalah wilayah yang bisa dikatan tandus, struktur tanahnya tanah merah dan banyak bebatuan. Pada musim kemarau seringkali terjadi masalah kesulitan air/ kekeringan bagi warga masyarakat di Giricahyo. Sehingga di Desa Giricahyo tanaman pertanian didominasi oleh tanaman polowijo, yaitu ketela, jagung dan kacang. Hasil panen yang berupa padi hanya terjadi setahun sekali yaitu pada musim penghujan. Bahkan dengan pergeseran cuaca yang terjadi saat ini sehingga musim kemarau lebih panjang daripada musim penghujan, maka penanaman padi hampir tidak pernah dilakukan. Hasil polowijo yang paling banyak adalah ketela, karena pemeliharaan untuk tanaman ketela lebih mudah dan murah, serta mudah tumbuh dibanding pemeliharaan untuk tanaman kacang dan jagung.
- Masyarakat biasanya menjual ketela ke pedagang besar dengan harga yang sangat murah. Apalagi kalau pada musim panen, maka harga ketela akan turun. Dan mengakibatkan pendapatan petani menjadi menurun. Maka untuk itu perlu dipikirkan lagi untuk membuat ketela tersebut memiliki nilai tambah yaitu melalui pengolahan ketela menjadi makanan ringan sebelum dipasarkan.
- Giricahyo berlokasi di dekat tempat wisata yang sudah sangat terkenal yaitu pantai Parangtritis dan Tempat Pelelangan Ikan Pantai Depok, selain itu Giricahyo juga memiliki tempat wisata yang cukup terkenal yaitu Watu Gupit (Paralayang). Paralayang menurut bapak Tumijo (Kepala Bagian Pemerintahan Desa Giricahyo) setiap sore 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 peluang 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 meningkat.

Dari hasil observasi tersebut, kemudian dilakukan *Focus Group Discussion* dengan hasil sebagai berikut:

- Dengan kondisi saat ini masyarakat langsung menjual hasil panennya berupa ketela dengan harga yang murah dan peluang yang ada yaitu pasar yang akan muncul di sekitar daerah wisata, maka diputuskan untuk melakukan pelatihan pembuatan makanan ringan dari ketela yang bisa dipasarkan di tempat wisata seperti Paralayang, Pantai Parangtritis, dan Tempat Pelelangan Ikan Pantai Depok 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 menciptakan pemberdayaan ekonomi masyarakat sehingga kesejahteraan masyarakat Desa Giricahyo meningkat.
- Pelatihan tersebut dimaksudkan untuk mengoptimalkan pengolahan ketela untuk meningkatkan *value added*-nya. Pelatihan yang akan dilakukan dalam kegiatan *Community Based Research* ini adalah pelatihan kewirausahaan dan pembuatan makanan ringan dari ketela, yaitu: lanting aneka rasa, geblek, dan cookies dari tepung ketela. Selanjutnya akan dilakukan pelatihan *packaging*, *labeling* dan *marketing*. Selain itu juga akan dilakukan pendampingan, serta evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan.
- Pelatihan dilakukan pada waktu sore hari agar tidak mengganggu aktifitas rumah tangga dan kerja para peserta pelatihan. Karena pada umumnya masyarakat Desa Giricahyo bekerja di Pantai Parangtritis dan Tempat Pelelangan Ikan Pantai Depok (sebelah barat Pantai Parangtritis).

Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* maka akan dilaksanakan kegiatan pelatihan kewirausahaan, pembuatan makanan ringan dari ketela, pelatihan *packaging* dan *labeling* produk, dan *marketing*. Peserta kegiatan pelatihan ini adalah para ibu muda dan pemuda serta pemudi yang sudah lulus SMA tetapi tidak melanjutkan pendidikan Diploma atau Strata I. 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. 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 Nglumbang, Padukuhan Jati dan Padukuhan Jambu. Dengan luas keseluruhan wilayah Desa Giricahyo adalah 16.077,955 ha.⁹

Penduduk di wilayah Desa Giricahyo mayoritas adalah petani. Di Giricahyo ada sebanyak 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 menanam ketela, dan jagung. Namun yang lebih sering dan lebih banyak dibudidayakan di Desa Giricahyo adalah tanaman ketela. Bahkan tanaman ketela ini tidak hanya ditanam di ladang tapi juga disetiap halaman rumah masyarakat. Sehingga bisa dikatakan bahwa ketela merupakan sumber penghasilan bagi masyarakat ataupun petani di Desa Giricahyo.

Selama ini para masyarakat maupun petani Desa Giricahyo langsung menjual hasil panennya dalam bentuk ketela, tanpa dilakukan pengolahan terlebih dahulu. Setelah ketela dipanen, masyarakat maupun petani langsung menjual kepada pedang besar (pengepul ketela). Walaupun dilakukan pengolahan terhadap ketela, mereka mengolahnya masih dalam bentuk yang sederhana yaitu

⁹ Kepala Desa Giricahyo, Wawancara, 6 Juli 2019.

bentuk gapek (ketela yang dikupas dan dijemur sampai kering).

Pada saat ketela dijual langsung ke pedagang besar harganya sangat murah sekitar Rp. 3.500- Rp.4.500 per kg. Padahal kalau diolah terlebih dahulu bisa lebih tinggi harganya. Misalnya ketika ketela diolah menjadi tepung tapioka maka harga dipasaran sekitar Rp 9.000 hingga 25.000 per kg¹⁰ dan jika ketela diolah menjadi lanting harga per kilonya bisa mencapai Rp. 30.000. Artinya ada selisih harga yang sangat signifikan antara ketela dijual tanpa adanya proses pengolahan dengan setelah dilakukan pengolahan sehingga menjadi produk yang memiliki *value added* (nilai tambah). Dengan demikian, jika masyarakat atau petani Desa Giricahyo bisa mengoptimalkan pengolahan ketela yang merupakan sumber daya alam mereka, maka akan memperoleh penghasilan yang lebih banyak dan akan tercapai peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Ketela bisa diolah langsung menjadi berbagai macam makanan, selain itu juga bisa diolah menjadi produk *intermediate*, yaitu berbagai macam tepung dari ketela. Dimana produk *intermediate* tersebut bisa menjadi bahan baku industri bersekala rumah tangga atau bersekala besar (pabrik makanan).

Maka untuk itu perlu dilakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan melakukan optimalisasi pengolahan ketela. Hal ini akan menimbulkan kemandirian ekonomi masyarakat sehingga akan meningkatkan kesejahteraan sosial dalam masyarakat, juga akan meningkatkan peluang timbulnya lapangan kerja baru dengan berdirinya *home industry-home industry*. Dengan demikian, 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,

¹⁰ 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.

yaitu: (1) pada saat masalah sosial dapat diselesaikan dengan 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 bersosialisasi dalam kehidupannya dimulai dari lingkungan keluarga. Kesejahteraan keluarga akan tercapai jika kesejahteraan sandang, pangan dan papan dapat dicukupi dalam kehidupan sehari-harinya.¹¹

Di Desa Giricahyo ada tempat wisata Watu Gupit (lebih dikenal dengan Paralayang) yang setiap hari dikunjungi oleh para wisatawan. Selain itu Desa Giricahyo juga sangat dekat dengan pantai Parangtritis dan Tempat Pelelangan Ikan Pantai Depok yang sudah sangat terkenal dan merupakan salah satu ikon Kabupaten Bantul. Saat ini Gunungkidul memiliki lebih dari 100 pantai, namun saat ini yang dikelola dan dikembangkan untuk tempat wisata baru sekita 40an pantai.¹² 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. Dengan demikian peluang peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Giricahyo dengan memanfaatkan hasil pertanian yang berupa ketela semakin terbuka lebar.

Tujuan dari penelitian ini adalah mencapai pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan cara meningkatkan kesadaran dan kemampuan mengoptimalkan pengolahan hasil panen masyarakat Desa Giricahyo yang berupa ketela. Dengan demikian ketela akan menjadi produk yang memiliki nilai tambah (*value added*) yang akan meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Giricahyo dan tercapainya

¹¹ Miftachul Huda, *Pekerjaan Sosial & Kesejahteraan Sosial* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009). hal 72.

¹² Staf Dinas Pariwisata Gunungkidul, Wawancara, 15 Juli 2019.

peningkatan kesejahteraan masyarakat dan menurunnya kemiskinan.

Menurut Edi Soeharto pemberdayaan merupakan proses dan tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan merupakan rangkaian aktivitas guna meningkatkan kekuasaan atau keberdayaan kelompok masyarakat yang lemah, termasuk orang-orang yang mempunyai problem kemiskinan. Sebagai tujuan, hal tersebut dapat dilihat dari kondisi atau hasil yang diharapkan 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.¹³

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:

- Pilihan personel dan kesempatan hidup: kemahiran memutuskan tentang gaya hidup, tempat tinggal, pekerjaan.
- Pendefinisian kebutuhan: kemahiran memutuskan kebutuhan yang sesuai dengan gagasan dan keinginannya.
- Ide gagasan: kemahiran menunjukkan dan menyampaikan gagasan pada sebuah forum atau diskusi secara merdeka dan tanpa tekanan.
- Kemahiran mengakses lembaga-lembaga, menggunakan dan mempengaruhi pranata-pranata masyarakat, seperti lembaga-lembaga kesejahteraan sosial, pendidikan dan kesehatan.
- Kemahiran menggerakkan sumber-sumber formal, non formal dan

¹³ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial* (Bandung: PT Refika Aditama, 2005). hal. 60.

kemasyarakatan.

- Aktifitas ekonomi: kemahiran memanfaatkan dan mengelola mekanisme produksi, distribusi dan transaksi barang serta jasa.
- Reproduksi: kemahiran yang berkaitan dengan proses kelahiran, perawatan anak, pendidikan dan sosialisasi.¹⁴

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.¹⁵

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 tahun 1994 dipaparkan bahwa program pemberdayaan ekonomi dikatakan berhasil jika terdapat ciri-ciri sebagai berikut:

- Jumlah penduduk miskin semakin sedikit.
- Usaha meningkatkan pendapatan penduduk miskin dengan memanfaatkan sumber daya yang semakin banyak tersedia.
- Kepedulian masyarakat pada usaha peningkatan kesejahteraan keluarga miskin di lingkungannya semakin meningkat.
- 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.
- Kemampuan masyarakat dan pendapatan yang merata yang ditunjukkan oleh peningkatan kesejahteraan keluarga miskin yang

Jim Ife, *Community Development: Creating Community Alternatives-Vision, Analysis and Practice*. (Melbourne: : Longman, 1995). hal 61-64.

¹⁵ 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, 350.

ditunjukkan dengan kemampuan memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan sosial dasarnya bertambah.¹⁶

Ketela dan Potensi Pengembangannya

Manfaat Ketela

Ada beberapa 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 glikosida 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.¹⁷

Ada beberapa manfaat ketela bagi kesehatan antara lain: sumber energi, menurunkan kolesterol darah, mencegah anemia, mengurangi resiko penyakit jantung, menjaga kesehatan tulang dan gigi, melindungi dan memperbaiki jaringan tubuh, membantu mengatur denyut jantung dan tekanan darah, mencegah kanker, mencegah sembelit dan menurunkan berat badan, bebas gluten dan nutrisi untuk pasien penyakit celiac, menjaga kelancaran metabolisme, menurunkan kadar gula darah, meningkatkan sistem

¹⁶ Gunawan Sumodiningrat, 'Jaringan Pengaman Sosial Dan Pemberdayaan Masyarakat', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999), hal. 18

¹⁷ Sulusi Prabawati, Nur Richana, and Suismono, 'Inovasi Pengolahan Singkong Meningkatkan Pendapatan Dan Diversifikasi Pangan', *Sinartani: Badan Litbang Pertanian*, 4.3404 (2011), 1–5

kekebalan tubuh, mencegah alzheimer, dan membantu mengurangi stres dan kecemasan.¹⁸ Selain punya berbagai manfaat ketelajuga memiliki kandungan gizi yang diperlukan oleh tubuh.¹⁹ Dengan berbagai manfaat dan kandungan gizi yang ada dalam ketela, maka ketela dan hasil inovasi olahan dari ketela merupakan makanan yang akan banyak diminati oleh setiap orang.

Potensi Pengembangan Ketela

Umbi, batang, maupun daun dari tumbuhan ketela bisa bermanfaat bagi makhluk hidup. Ketela dapat diolah kembali menjadi berbagai macam produk olahan. 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 olahan langsung ketela beserta skala pengembangannya yang telah dilakukan selama ini, sebagai berikut:²⁰

Tabel 1. Jenis-Jenis Olahan Langsung Ketela

No	Produk	Proses	Keterangan
1	Ubi rebus/Ubi goreng (variasi bumbu)	Pengupasan, pengukusan/perebusan, penggorengan	Rumah tangga

¹⁸ Anonim, '15 Manfaat Singkong untuk Kesehatan dan Efek Sampingnya', *Khasiat Sehat* <<https://www.khasiatsehat.com/khasiat-dan-manfaat-singkong>>. diakses 10 Juli 2019.

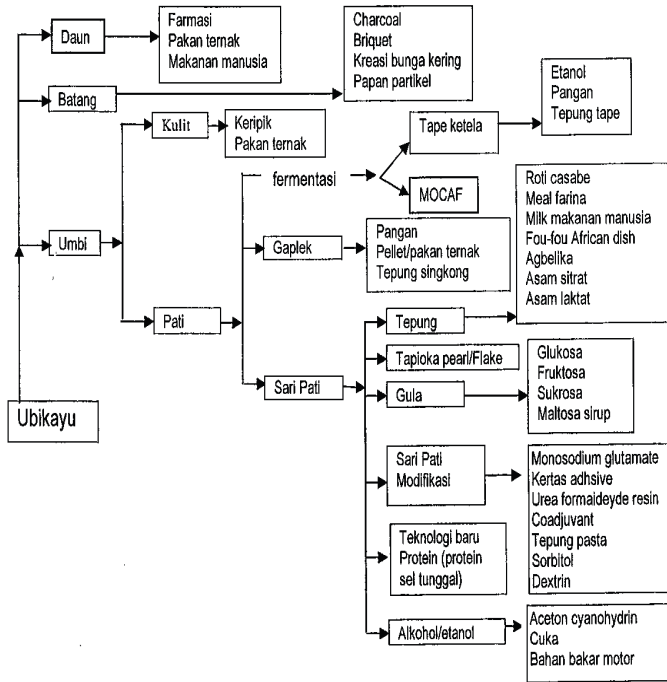
¹⁹ Sugiharti Mulya Handayani Mei Tri Sundari, 'Pemberdayaan Wanita Tani Melalui Pembuatan Keripik Belut Daun Singkong Di Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar', *Jurnal DIANMAS*, 5.1 (2016), 23-34.

²⁰ Sulusi Prabawati, Nur Richana dan Suismono, "Inovasi Pengolahan Singkong Meningkatkan Pendapatan.....", *Sintartani: Badan Litbang Pertanian, Edisi 4, No.3404 (2011):1-5*.

No	Produk	Proses	Keterangan
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

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



Sumber: Bappenas, 2009.²¹

Model-Model Pelatihan dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Giricahyo

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 inovasi 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

²¹ 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).

memelihara usaha baru.²²

Pelatihan kewirausahaan (*Entrepreneurship 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.²³

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.²⁴ Untuk menumbuhkan motivasi berwiraswasta masyarakat Giricahyo, maka perlu dilakukan pelatihan kewirausahaan.

²² Mustofa Kamil, *Model Pendidikan Dan Pelatihan* ((Bandung: Alfabeta, 2010). hal 119.

²³ 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). hal. 2.

²⁴ Eman Suherman, *Desain Pembelajaran Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2010). hal. 10.

Dalam pelatihan kewirausahaan peserta diberi motivasi dan keuntungan-keuntungan melakukan wirausaha. Dengan demikian pelatihan kewirausahaan ini diharapkan mampu untuk membangun sikap dan minat masyarakat berwirausaha dengan memanfaatkan hasil pengolahan ketela, sehingga tumbuh pemberdayaan ekonomi masyarakat yang akan membawa masyarakat pada peningkatan kesejahteraan.

Guna memberikan pembekalan peserta pelatihan untuk memulai usaha maka peserta pelatihan diberikan pelatihan membuat produk yang berupa makanan ringan berbahan dasar ketel, yaitu: lanting dengan aneka rasa, geblek dan cookies dari tepung ketela. Dimana produk ini oleh peserta dan peneliti dirasa paling tepat untuk dipasarkan dan dikembangkan di masyarakat dan tempat wisata.

Pelatihan Pembuatan Makanan Ringan Dengan Bahan Dasar Ketela

Kegiatan pelatihan dilaksanakan guna memberikan ketrampilan, keahlian, dan kemampuan kepada masyarakat. Dengan tujuan agar masyarakat bisa mahir dalam pembuatan aneka olahan makanan ringan berbahan dasar ketela yang berupa lanting aneka rasa, geblek, dan cookies. Pelatihan ini dilakukan dengan mengundang nara sumber yang sudah kompeten di bidangnya.

Para peserta 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 “bolong” (sehat). Setelah tahu bagaimana memilih ketela yang baik maka selanjutnya pelatih melakukan pelatihan pembuatan lanting dengan rasa original dan pedas, geblek, dan cookies yang berbahan dasar ketela. Para peserta pelatihan diminta langsung praktek dalam pembuatan makanan ringan tersebut.

Dari pelatihan tersebut dilakukan kalkulasi biaya dan perkiraan harga jual produk, sehingga bisa diketahui berapa keuntungan yang akan diperoleh jika produk hasil pelatihan dijual. Biaya memproduksi 1 kg lanting kurang lebih sebanyak Rp.17.000,- dan lanting harganya per kg Rp 30.000. Biaya memproduksi geblek sebanyak 1 kg kurang lebih Rp. 18.000 dengan harga jual per kg Rp. 27.000. Sedangkan biaya untuk membuat cookies dengan untuk 1 toples kue kecil kurang lebih Rp. 22.000 dan harga jual 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 makanan ringan tersebut dan menjualnya baik di tempat wisata yang ada di Giricahyo, seperti di Paralayang Pantai Parangtritis, Tempat Pelelangan Ikan Pantai Depok maka hal ini akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Pelatihan Packaging, Labeling, dan Marketing

Setelah para peserta mengetahui cara membuat makanan ringan dengan baik, langkah selanjutnya yaitu pelatihan bagaimana mengemas makanan tersebut dan memberi 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 tersebut 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 memiliki 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. 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

Sedangkan menurut Richard Coles, Derek Mcdowell, dan Mark J. Kirwan²⁶ ada banyak cara untuk mendefinisikan kemasan yang mencerminkan penekanan yang berbeda, sebagai contoh, Cara untuk memastikan pengiriman yang aman ke konsumen akhir dengan kondisi baik dan biaya optimal.

- Sistem terkoordinasi dalam mempersiapkan barang untuk transportasi,

²⁵ 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), hal. 68.

²⁶ Richard Coles, Derek Mcdowell, and Mark J. Kirwan, *Food Packaging Technology* (London: Blackwell Publishing, 2003), hal. 8.

distribusi, penyimpanan, pengecer, dan penggunaan akhir.

- Fungsi tekno-komersial yang bertujuan untuk mengoptimalkan biaya pengiriman sambil memaksimalkan penjualan (agar memperoleh keuntungan).
- Fungsi dasar pengemasan lebih spesifik dinyatakan.
- Penahanan: tergantung pada bentuk fisik dan sifat produk. Misalnya, untuk mengemas produk yang kental dan asam seperti konsentrat tomat.
- Perlindungan: pencegahan kerusakan mekanis yang disebabkan bahaya distribusi.
- Pengawetan: pencegahan atau penghambatan perubahan kimiawi, biokimia perubahan dan pembusukan mikroologis.
- Informasi tentang produk: persyaratan hukum, bahan produk, gunakan dan lain-lain.
- Kenyamanan: untuk penanganan kemasan dan pengguna di seluruh rantai pengemasan.
- Presentasi: jenis bahan, bentuk, ukuran, warna, tampilan merchandising unit dan lain-lain.
- Komunikasi merk: misalnya pack persona dengan menggunakan tipografi, simbol, ilustrasi, iklan dan warna, sehingga menciptakan dampak visual.
- Promosi (Jual): produk ekstra gratis, produk baru, discount, dan lain-lain.
- Ekonomi: misalnya, efisiensi dalam distribusi, produksi dan penyimpanan
- 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.²⁷

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.²⁸

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

²⁷ Richard Coles, Derek McDowell, and Mark J. Kirwan, hal. 9-10.

²⁸ Kenneth Mars and Betty Bugusu, 'Food Packaging-Roles, Materials, and Environmental Issues', *Journal Of Food Science R: Reviews/Hypotheses in Food Science*, 72 (2007).

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 selisih satu sama lain: misalnya, kemasan satu porsi sesuai kebutuhan konsumen, tetapi pengemasan massal lebih baik karena alasan lingkungan.²⁹

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.³⁰

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.³¹

Banyak negara dan perusahaan makanan telah mengembangkan peraturan, standar atau pedoman untuk menentukan jika dan kapan

²⁹ Kenneth Mars and Betty Bugusu, hal. 51.

³⁰ 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). hal. 1.

³¹ Janice Albert, hal. 2.

label nutrisi harus diterapkan, kategori dan formatnya, nutrisi yang dibutuhkan, dan jenis makanan apa.³² 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.³³ 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 2.³⁴

Menurut Rizal Syarief dan Anies Irawati menggolongkan kemasan menjadi beberapa golongan sebagai berikut: Gelas. Mudah pecah, transparan (sehingga tidak cocok untuk produk yang tidak tahan pada sinar ultra violet).

- Metal. Biasanya dibuat dari alumunium. Kemasan dari logam mempunyai kekuatan yang tinggi sehingga cocok untuk mengemas produk-produk yang membutuhkan kemasan yang kuat, misalnya: untuk mengemas produk yang membutuhkan tekanan udara yang cukup ini untuk pendorong keluarnya produk tersebut dari kaleng kemasannya.
- 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.
- 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.³⁵

³² 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). hal. 37-38.

³³ Jessie Mandle and others, 'Nutrition Labelling: A Review of Research on Consumer and Industry Response in the Global South', *Global Health Action*, 2015. hal. 1.

³⁴ Peraturan Pemerintah No.69 Tahun 1999, *Tentang Label Dan Iklan Pangan* (Jakarta: Republik Indonesia, 1999) <<https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/539/node/115/peraturan-pemerintah-nomor-69-tahun-1999>>.

³⁵ Rizal Syarief and Anies Irawati., *Pengetahuan Bahan untuk Industri Pertanian* (Jakarta: Mediyatama Sarana Perkasa, 1988). hal. 35.

Pada pelatihan *packaging* untuk produk makanan ringan yang dihasilkan dalam pelatihan ini, para peserta diminta untuk mencoba melakukan pengemasan makanan dengan berbagai 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 plastik 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.³⁶

Mariella Pinna, Giacomo Del Chiappa, dan 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

³⁶ Emma Tonkin and others, 'The Process of Making Trust Related Judgements through Interaction with Food Labelling', *Food Policy*, 63.1 (2016), 62-72.

bukti empiris tentang peran penting yang dimainkan kualitas label dalam memengaruhi pilihan konsumen dan motivasi utama yang menghambat pengembangan lebih lanjut dari pasar ini.³⁷

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.³⁸

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 Kuliah Kerja Nyata UIN Sunan Kalijaga angkatan 101 yang berlokasi di Giricahyo. Dari hasil pelatihan, *labelling* untuk produk pelatihan 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

³⁷ 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.

³⁸ *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan* (Jakarta, 2012) <<https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt50b48fe0bfe90/undang-undang-nomor-18-tahun-2012>>.

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 menjadikan 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.”³⁹

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.⁴⁰

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

Dengan adanya perkembangan teknologi, dan saat ini merupakan era digital 4.0 maka pemasaran semakin berkembang tidak hanya secara tradisional tapi sudah melalui digital. Pemasaran

³⁹ Igal Ayal and Jehiel Zif, ‘Market Expansion Strategies in Multinational Marketing’, *Journal of Marketing*, Spring (1979), 84–94.

⁴⁰ Kenichi Ohmae, *Triad Power* (New York: Free Press, 1985) and Philip 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.

digital adalah istilah umum untuk memasarkan produk atau layanan menggunakan teknologi digital, terutama internet, tetapi juga mencakup telepon seluler, display 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.⁴¹

Pemasaran digital memanfaatkan 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.⁴²

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

Selain diberi pelatihan pemasaran lewat digital para peserta juga diberi pembelajaran bagaimana melakukan penjualan/marketing secara tradisional. Pemasaran tradisional ini bisa dilakukan dengan berjualan langsung ditempat wisata yang ada (Paralayang atau Parangtritis), dititipkan kepada para penjualan/

⁴¹ Ibrahim M. Rihan, 'Digital Marketing' <https://www.academia.edu/29461503/Digital_Marketing_Definition_History_Strategies_Developments_Advantages_and_Limitations>, diakses 19 Juli 2020

⁴² Anonim, 'The Ultimate Guide To Digital Marketing', *Digital Marketer.Com* <<https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing>>, diakses 19 Juli 2020.

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.

Pendampingan dan Evaluasi Program Pemberdayaan

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.⁴³

Pendampingan merupakan proses untuk mencapai kemandirian. Pendampingan pada kegiatan ini dilaksanakan oleh para peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 101 yang berlokasi di Desa Giricahyo. Para peserta Kuliah Kerja Nyata menjalankan tugasnya sebagai pendamping dengan

⁴³ Gunawan Sumodiningrat, *Pembangunan Daerah Dan Pemberdayaan Masyarakat* (Jakarta: PT. Bina Rena Pariwara, 2009). hal.106.

cara memantau dan menjadi tempat berkonsultasi para peserta pelatihan tentang semua yang berkaitan dengan produksi, *packaging*, *labeling*, dan pemasaran. Menurut hasil wawancara dengan salah satu peserta yaitu ibu Sri, menyatakan bahwa peserta Kuliah Kerja Nyata sangat membantu dalam pelaksanaan produksi, *packaging* dan membantu membuat *labeling* 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 pengemasan dan pelabelan terhadap produknya serta bagaimana dan kemana mereka akan menjual produknya.

Evaluasi

Peneliti melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan *Community Based Research*. Dengan melakukan penyebaran kuisioner terkait kegiatan pelatihan pembuatan makanan ringan berbahan dasar ketela, pelatihan *packaging*, pelatihan *labelling*, dan pelatihan *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.

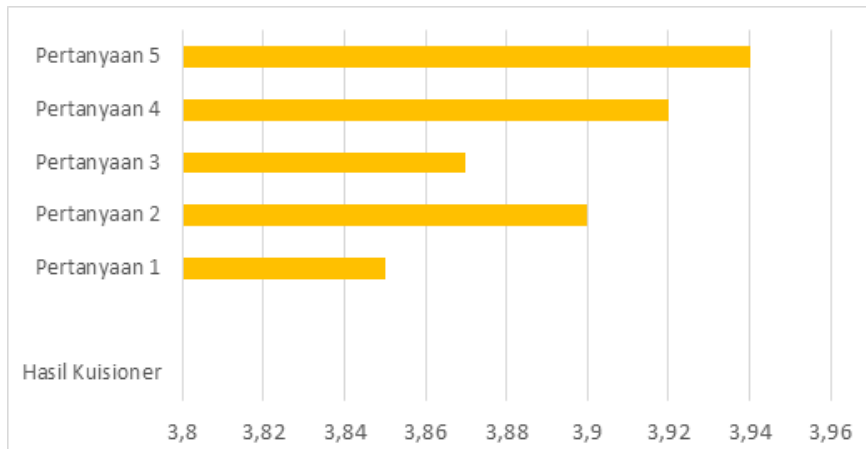
Tabel 2. Pertanyaan Untuk Evaluasi Kegiatan Pelatihan

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

No	Pertanyaan
4	Saya merasakan manfaat dari program pelatihan ini untuk meningkatkan motivasi saya berwiraswasta
5	Program pelatihan ini sebaiknya dilakukan secara berkesinambungan

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

Grafik 1. Hasil Kuisisioner



Sumber: Data diolah, 2019.

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 kuisisioner

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.

Dalam pelaksanaan kegiatan *Community Based Research* yang dilakukan di Desa Giricahyo peneliti selain memperoleh kemudahan juga mengalami kendala. Kemudahannya adalah bahan baku ketela yang mudah diperoleh dengan biaya yang relatif murah. Selain itu adalah dukungan dan respon positif dari warga masyarakat untuk mengikuti pelatihan, karena didorong pada rasa ingin meningkatkan kualitas hidup mereka melalui optimalisasi pengolahan ketela. Dengan pengetahuan yang mereka peroleh maka diharapkan mereka tahu cara berusaha dari hasil pertanian yang ada. Hal ini didukung dari hasil evaluasi yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada para peserta latihan yang menyatakan bahwa pelatihan yang dilakukan memotivasi para peserta untuk berwiraswasta. Dengan demikian inovasi hasil olahan ketela ini bisa digunakan sebagai alternatif komoditas masyarakat yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan mereka atau dengan kata lain bahwa optimalisasi pengolahan ketela dengan melakukan pelatihan inovasi olahan bahan makanan dari hasil pertanian lokal ini mampu meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Giricahyo.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Jim Ife dan Frank Tesoriero 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.⁴⁴ Dan juga hasil penelitian Sri Hartini dan Yohanes Martono⁴⁵; Abdul Rohman, Heni Rizqianti,

⁴⁴ Ife and Tesoriero.

⁴⁵ Hartini and Martono.

Putri Nur Anggraini, dan Satrio Yudho Widiatoro⁴⁶; serta Muntoha, Jamroni dan Ummayah⁴⁷ yang membuktikan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat bisa dilakukan dengan memberikan pelatihan kreatifitas inovasi makanan dari Singkong agar masyarakat lebih kreatif dan bisa berwirausaha.

Dalam pelaksanaan penelitian ini ada kendala utama yang dialami, yaitu 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 tiba. Sehingga, butuh komunikasi intensif dan baik untuk merealisasikan pelatihan ini. Solusi yang dapat ambil peneliti adalah mengadakan pelatihan ini di sore atau malam hari setelah para warga menyelesaikan kegiatan berladang, bekerja maupun kegiatan pribadi mereka lainnya, dengan persetujuan tokoh masyarakat serta warga.

Penutup

Optimalisasi pengolahan hasil pertanian yang berupa ketela di Desa Giricahyo Purwosari melalui pelatihan olahan ketela inovatif dan kreatif berupa makanan ringan memberikan warga di Desa Giricahyo wawasan dan pengetahuan baru tentang olahan lain ketela. Dengan melimpahnya bahan baku utama, yaitu ketela, di desa tersebut maka pelatihan ini akan sangat bermanfaat bagi warga Desa Giricahyo untuk lebih meningkatkan ekonomi masyarakat. Karena hasil panen ketela tidak hanya langsung dijual kepada pedang ketela, tapi masyarakat melakukan pengolahan ketela terlebih dahulu menjadi makanan ringan, dan masyarakat juga bisa mengembangkan hasil pelatihan inovasi olahan ketela sebagai produk bisnis mereka.

⁴⁶ Rohman and others.

⁴⁷ Muntoha, Jamroni, and Ummayah.

Agar hasil pelatihan pembuatan inovasi makanan ringan tersebut bisa menarik di pasaran dan produk yang dihasilkan bisa dipasarkan tidak hanya dilingkungan terbatas tetapi di skala yang lebih luas, maka juga diberikan pelatihan pengemasan hasil olahan dan *labeling* pada kemasan hasil olahan tersebut. Dengan dilengkapi pelatihan bagaimana *marketing* yang baik maka warga masyarakat punya alternatif berbagai cara untuk bisa memasarkan produknya kepada konsumen. Sehingga konsum dari produk tersebut tidak hanya terbatas di daerah lokal saja tapi bisa meluas ke daerah yang lain. Dengan demikian tujuan optimalisasi pengolahan ketela menjadi komoditi perdagangan baru di Desa Giricahyo dan pemberdayaan ekonomi masyarakat bisa terwujud.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa setelah melakukan pelatihan para peserta menyatakan termotivasi untuk melakukan wirausaha. Hal ini juga ditunjukkan dengan menjadikan lanting yang merupakan salah satu produk hasil pelatihan 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 untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat tercapai, sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Giricahyo.

Daftar Pustaka

- 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 Sampungnya', *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*, (Jakarta: Bappenas, 2009)
- Boyd, Margaret R., *Community-Based Research: Understanding the Principles, Practices, Challenges, and Rationale* (The Oxford Handbook of Qualitative Research. Oxford: Oxford University Press., 2014)
- 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>>
- 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
- 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, Analysis and Practice*. (Melbourne: : Longman, 1995)
- Kamil, Mustofa, *Model Pendidikan dan Pelatihan* ((Bandung: Alfabeta, 2010)
- 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>
- Roche, Brenda, *New Directions in Community-Based Research* (Wellesley Institute, 2008) <<http://www.wellesleyinstitute.com/wp-content/uploads/2011/11/newdirectionsinbr.pdf>>
- Rohman, Abdul, Heni Rizqiati, Putri Nur Anggraini, and Satrio Yudho Widiatoro, '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 Masyarakat', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999)
- , *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat* (Jakarta: PT. Bina Rena Pariwisata, 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)

