

**PENDAMPINGAN USAHA GETUK KELANTING DI DESA REJOMULYO LAMPUNG SELATAN**

Diky Hidayat¹, Agung Abadi Kiswandono², Hapin Afriyani³, Raden Fadly Bayu Dwiyoga⁴,
Tyas Nurfitri⁵, Haya Ulfa Atiqah⁶, Amelia Normalita⁷, Flora R. Lumbansiantar⁸,
Tiara Zalfa Nur'alifah⁹, Siti Hafijah Zahra Siregar¹⁰, Melissaputri¹¹.

^{1,2,3}Jurusan Kimia FMIPA, Universitas Lampung,

^{4,5,6,7,8,9,10,11}Mahasiswa KKN Periode 1 2024 Universitas Lampung

havaulfaatiqah@gmail.com⁶

Dikumpulkan: 27 August 2024; Diterima: 10 Januari 2025; Terbit/Dicetak: 30 Januari 2025

<https://doi.org/10.23960/begawi.v3i1.52>

Abstract: *The work program of UMKM Getuk Kelanting in Rejomulyo Village Hamlet 8 focuses on developing the business of getuk kelanting products from processed cassava that have not been widely found, with the aim of increasing marketing through social media. Although this MSME has the potential to grow bigger with an adequate supply of cassava and increasing demand, it faces obstacles in marketing due to a lack of understanding of digital technology. By implementing digital marketing strategies such as making documentary videos and utilizing social media such as TikTok, it is hoped that information about getuk kelanting MSMEs can be widely disseminated. This is expected to increase MSME exposure and support business growth, as well as contribute to the local economy.*

Keywords: *Getuk Kelanting, Rejomulyo, Digital Marketing, MSME.*

Copyright © 2025, BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat | FEB-UNILA

***Corresponding author:**

Haya Ulfa Atiqah

(Universitas Lampung)

Email: havaulfaatiqah@gmail.com

Abstrak: Program kerja UMKM Getuk Kelanting Desa Rejomulyo Dusun 8 berfokus pada pengembangan usaha produk getuk kelanting dari olahan singkong yang belum banyak dijumpai, dengan tujuan meningkatkan pemasaran melalui media sosial. Meskipun UMKM ini memiliki potensi untuk tumbuh lebih besar dengan adanya pasokan singkong yang memadai dan permintaan yang meningkat, namun menghadapi hambatan dalam pemasaran karena kurangnya pemahaman teknologi digital. Dengan implementasi strategi pemasaran digital seperti pembuatan video dokumenter dan pemanfaatan media sosial seperti TikTok, diharapkan informasi mengenai UMKM getuk kelanting dapat tersebar luas. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan eksposur UMKM dan mendukung pertumbuhan usaha, serta memberikan kontribusi pada perekonomian lokal.

PENDAHULUAN

Tanaman singkong di Indonesia masih belum memiliki popularitas yang setara dengan komoditas pangan utama lainnya seperti padi dan jagung. Padahal, singkong telah lama dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu sumber pangan berbasis umbi-umbian (Istiqomah & Mahendra, 2019). Ubi kayu (singkong) tergolong tanaman yang umum ditemui di lahan pertanian masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. Kandungan utama dalam singkong adalah pati, menjadikannya sebagai sumber karbohidrat yang penting. Selain itu, singkong juga mengandung berbagai nutrisi seperti vitamin B, magnesium, tembaga, kalium yang tinggi, serta bebas gluten. Dalam hal kalori, setiap 100 gram singkong mengandung sekitar 146 kalori, sehingga bisa menjadi alternatif pengganti nasi. Kandungan antioksidan di dalamnya pun berperan dalam menjaga tubuh dari radikal bebas serta berpotensi mencegah penyakit kardiovaskular (Aprilia et al., 2022).

Ubi kayu memiliki sejumlah keunggulan, antara lain: pertama, kemampuannya bertahan hidup di musim kemarau dan tetap memberikan manfaat bagi masyarakat; kedua, metode penanaman yang sederhana menjadikan banyak petani memilih singkong sebagai komoditas utama di lahannya. Meski begitu, harga jual singkong di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan komoditas pangan lain seperti beras. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi untuk meningkatkan nilai ekonomis singkong (Wardiah et al., 2020). Dalam bentuk mentah, singkong mudah rusak dan nilai pasarnya rendah. Namun, melalui pengolahan menjadi produk seperti tapioka, gablek, tape, keripik, dan klanting, nilai jualnya dapat meningkat secara signifikan dan memberikan tambahan pendapatan bagi petani serta masyarakat. Tren ini juga mendorong tumbuhnya industri pengolahan berbahan dasar singkong (Pariyanti, 2017).

Salah satu produk olahan populer dari singkong adalah keripik, yang telah lama menjadi makanan ringan favorit masyarakat Indonesia. Keripik singkong mudah ditemukan, baik dalam kemasan industri besar maupun dijual di warung-warung kecil, dengan beragam rasa yang menggugah selera. Menurut Amaliah et al. (2019), diversifikasi produk pangan berbasis singkong mampu meningkatkan kesejahteraan petani. Hal ini diperkuat oleh Sujianto (2018), yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi dapat memperluas manfaat singkong ke berbagai

sektor, seperti industri kimia, pakan ternak, dan farmasi. Sementara itu, Setyawati et al. (2021) mengembangkan berbagai olahan inovatif dari singkong seperti gethuk gulung keju, pudding singkong, dan bolu kukus (Tamburaka et al., 2022).

Usaha kecil memiliki peranan vital, tidak hanya dalam menyediakan lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak perekonomian lokal dan penyedia layanan masyarakat. Keunggulan usaha kecil terletak pada ketahanannya terhadap krisis ekonomi, karena umumnya tidak terlalu bergantung pada pendanaan dari sektor formal. Keberadaan usaha kecil yang tersebar di berbagai wilayah juga membuatnya efektif sebagai jalur distribusi ke masyarakat luas. Namun, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) masih menghadapi banyak tantangan yang menyulitkan mereka untuk bersaing secara optimal. Beberapa di antaranya bahkan mengalami kegagalan sebelum mampu beradaptasi dengan pasar global yang semakin terbuka (Baboe et al., 2023; Hartono & Hartomo, 2016).

Kemajuan teknologi telah membawa dampak signifikan dalam dunia usaha. Teknologi informasi tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga mendukung pengelolaan keuangan dan administrasi bisnis yang lebih efisien. Penerapan teknologi bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi di seluruh rantai nilai perusahaan. Teknologi telah mengubah cara berpikir, cara produksi, serta pola koordinasi dalam bisnis (Machmudi, 2019). Oleh karena itu, penggunaan teknologi informasi yang tepat akan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan keuntungan bisnis (Fachrunnisa et al., 2021).

Pemasaran digital merupakan strategi promosi dan pencarian pasar yang dilakukan secara daring melalui berbagai platform digital, termasuk media sosial. Saat ini, internet tidak hanya menjadi sarana penghubung antara manusia dan teknologi, tetapi juga memfasilitasi komunikasi antarindividu di seluruh dunia. Dalam konteks ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting sebagai penggerak ekonomi, khususnya dalam menghadapi perlambatan pertumbuhan ekonomi. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang dan menjadi kekuatan ekonomi baru (Syukri & Sunrawali, 2022).

Tren belanja online yang semakin berkembang telah mendorong pemanfaatan media sosial seperti TikTok sebagai media promosi yang efektif. Popularitas TikTok yang pesat menjadikannya salah satu platform sosial paling berpengaruh, dengan kemampuan untuk mengubah cara masyarakat berinteraksi dan mengonsumsi konten digital. Melalui fitur TikTok Shop, platform ini menyediakan sarana perdagangan digital yang dapat meningkatkan aktivitas ekonomi pelaku UMKM (Priyono & Sari, 2023).

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Getuk Klanting, yang terletak di Desa Rejomulyo Dusun 8, telah menjadi ikon kuliner yang populer di kalangan warga desa. Dengan cita rasa unik dan proses pembuatan yang tradisional, getuk klanting berhasil menarik minat masyarakat sekitar dan menjadi favorit di kalangan penduduk setempat. Meski memiliki potensi besar untuk berkembang, UMKM getuk klanting masih menghadapi beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan dalam pemasaran produk. Meski cukup dikenal di desa, jangkauan pemasaran getuk klanting masih terbatas, sehingga tidak banyak dikenal di luar wilayah tersebut. Kondisi saat ini, pemasaran produk belum mengandalkan media sosial karena keterbatasan pengetahuan teknologi yang dimiliki oleh sumber daya manusianya. Akibatnya, potensi pasar yang lebih luas tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Selain itu, UMKM Getuk Kelanting ini masih menghadapi kendala, terutama dalam hal pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual. Oleh karena itu, Kegiatan ini memberikan pendampingan, arahan, pelatihan, dan edukasi untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Getuk Klanting di Desa Rejomulyo, Dusun 8. Langkah ini juga didukung penuh oleh Kepala Dusun 8, Desa Rejomulyo, karena semakin berkembangnya UMKM tersebut akan memberikan citra positif bagi desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui pendampingan ini, UMKM Getuk Klanting diharapkan mampu berinovasi, serta menciptakan variasi produk yang dapat menarik minat pasar yang lebih luas. Dengan demikian, UMKM ini tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasarnya tetapi juga meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

METODE

Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi dengan pemilik usaha Getuk Klanting di Desa Rejomulyo, Dusun 8, dimulai dengan pertemuan antara pemilik usaha, tim pendamping dari Universitas Lampung, dan Kepala Dusun 8. Dalam pertemuan ini, tim pendamping memperkenalkan tujuan program pendampingan dan mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi, seperti keterbatasan pemasaran dan pengetahuan tentang pengelolaan usaha. Pemilik usaha diberi kesempatan untuk berbagi pandangan dan tantangan mereka. Sosialisasi ini bertujuan untuk memastikan pemilik usaha memahami manfaat program dan siap berpartisipasi aktif, sehingga program dapat berjalan efektif dan membawa dampak positif bagi usaha mereka.

Tahap Perencanaan

Tahap perancangan dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi UMKM Getuk Klanting, seperti keterbatasan pemasaran dan pengetahuan usaha. Berdasarkan hasil identifikasi, tim menyusun strategi yang mencakup pelatihan manajemen, inovasi produk, dan rencana pemasaran. Kemudian, lokakarya

diadakan untuk memaparkan program ini, dengan fokus pada peningkatan kualitas produksi dan perluasan jangkauan pasar Getuk Klanting.

Tahap Pendampingan,

Tahap pendampingan dimulai dengan pelaksanaan program kerja yang telah dirancang, di mana tim pendamping memberikan bimbingan langsung kepada pemilik usaha Getuk Klanting. Pendampingan ini mencakup semua aspek produksi, mulai dari teknik pembuatan hingga pengemasan yang lebih menarik dan sesuai standar pasar. Selain itu, tim juga membantu dalam penerapan strategi pemasaran yang telah disusun, termasuk cara memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sepanjang proses ini, tim pendamping terus memberikan evaluasi dan umpan balik untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil membawa kemajuan bagi usaha Getuk Klanting.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh pemilik usaha Getuk Klanting pada awal dan akhir kegiatan pendampingan. Pada awal kegiatan, kuesioner digunakan untuk mengukur pengetahuan awal pemilik usaha tentang manajemen usaha, teknik produksi, dan strategi pemasaran. Setelah program pendampingan selesai, kuesioner yang sama diberikan kembali untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama kegiatan. Hasil perbandingan antara kuesioner awal dan akhir ini akan memberikan gambaran tentang efektivitas program pendampingan, serta area mana yang masih memerlukan perbaikan atau pendalaman lebih lanjut.

Prosedur pembuatan Getuk Kelanting

Adapun alat-alat yang digunakan dalam pembuatan getuk kelanting diantaranya pisau, baskom besar, panci, kompor, alat penumbuk, tampah, botol kaca, alat penjemur dan wajan. Sedangkan bahan-bahan yang diperlukan yaitu singkong secukupnya, air secukupnya, ketumbar, bawang putih, penyedap rasa, minyak goreng dan plastik kemasan.

Adapun pembuatan getuk klanting dalam program kerja ini memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Disiapkan singkong yang gembur kemudian kupas singkong dari kulitnya. Setelah singkong terkupas, cuci singkong sebanyak 2 kali untuk memastikan bahwa singkong benar-benar bersih.
- 2) Singkong yang sudah bersih dikukus selama kurang lebih 20 menit hingga singkong matang.
- 3) Dihaluskan bahan-bahan diantaranya ketumbar, bawang putih, dan penyedap rasa.
- 4) Singkong yang sudah matang dicampurkan dengan bumbu yang sebelumnya telah dibuat kemudian ditumbuk dengan menggunakan alat penumbuk.
- 5) Proses penumbukan dihentikan setelah dirasa singkong sudah cukup halus. Penumbukan dilakukan tidak sampai singkong benar-benar halus dikarenakan singkong akan lengket dan sulit dibentuk.
- 6) Singkong yang telah halus dan bercampur dengan bumbu dibentuk bulat memanjang lalu dipipihkan dengan menggunakan alat manual berupa botol kaca.
- 7) Setelah mencapai bentuk yang diinginkan, singkong dijemur dibawah sinar matahari langsung selama 2 hingga 3 hari hingga kering.
- 8) Setelah kering, getuk klanting digoreng hingga berwarna kuning keemasan.
- 9) Getuk klanting dikemas pada ukuran ½ kilogram dan 1 kilogram sesuai dengan permintaan konsumen.
- 10) Getuk klanting siap untuk dipasarkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja UMKM Getuk Kelanting ini sebagai salah satu wujud pengabdian kepada masyarakat. Program kerja diawali dengan kunjungan ke lokasi produksi getuk klanting yaitu pada tanggal 5 Januari 2024 dengan tujuan untuk menentukan waktu dan tanggal dilaksanakannya proses produksi getuk klanting sekaligus bersilaturahmi. Kegiatan dilakukan dalam dua sesi, dimana sesi pertama dilaksanakan pada tanggal 8 Januari meliputi kegiatan produksi. Sebelum itu kami melakukan persiapan alat dan bahan yang akan digunakan. Kegiatan ini mulai dari pengupasan singkong dari kulitnya dapat dilihat pada **Gambar 1. (a)**, lalu kami melakukan pembersihan singkong dengan air, lalu singkong direbus hingga lunak. Selagi menunggu singkong lunak kami membuat bumbu yang akan dicampurkan ke singkong sambil ditumbuk. Bumbu bumbu yang digunakan diantaranya yaitu ketumbar, bawang putih, dan penyedap rasa. Kemudian dilakukan penumbukan singkong hingga halus (**Gambar 1.b**).

Selanjutnya, dilakukan pencetakan dimana prosesnya masih manual. Getuk klanting yang sudah dibentuk kemudian dijemur dibawah sinar matahari selama satu hingga dua hari. Selanjutnya kami melakukan wawancara kepada pemilik usaha getuk klanting untuk mendapatkan informasi terkait getuk klanting dan video wawancara juga akan kami publikasikan agar informasi mengenai getuk klanting tersebar luas.



Gambar 1. (a). Proses pengupasan singkong, (b) Proses penumbukan singkong

Sesi kedua, dilaksanakan pada tanggal 11 Januari 2024 dikarenakan cuaca hujan maka proses penjemuran berlangsung lebih lama dari perkiraan, namun informasi yang kami dapatkan bahwa lamanya waktu penjemuran tidak akan mempengaruhi cita rasa jika getuk klanting sudah kering sempurna. Proses penjemuran dapat dilihat pada **Gambar 2. (a)**. Pada sesi kedua dimulai dari kegiatan penggorengan singkong. Pada **Gambar 2. (b)** merupakan proses penggorengan singkong hingga matang. Proses penggorengan dilakukan dengan menggunakan minyak yang cukup panas untuk memastikan getuk klanting matang merata dan memiliki tekstur yang renyah. Kemudian dilakukan pengemasan, Proses pengemasan Getuk Klanting menggunakan plastik tebal dengan berbagai ukuran untuk menjaga kualitas dan meningkatkan daya tarik produk.



Gambar 2. (a) Proses penjemuran singkong, (b) Penggorengan siingkong hingga menjadi keripik, (c) Proses pengemasan Getuk Kelanting, (d) Proses pemasaran produk getuk kelanting

Tim pendamping memastikan bahwa teknik pengemasan ini dilakukan dengan baik, termasuk penggunaan label yang informatif, untuk membuat produk lebih menarik, bentuk hasil kemasan produk getuk kelanting dapat dilihat pada **Gambar 2 (c)**, kemudian pemasaran ke warga sekitar. Pada **Gambar 2 (d)** merupakan pemasaran Getuk Klanting difokuskan pada warga sekitar desa Rejomulyo. Setelah semua kegiatan terselesaikan, kami melakukan pengeditan kemudian publikasi ke akun media sosial yaitu Tik-Tok dikarenakan penyebarannya sangat luas, tidak terbatas oleh umur, dan mudah untuk diakses semua kalangan.

Hasil dari kegiatan pendampingan usaha Getuk Klanting menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku usaha, yang ditinjau melalui evaluasi pretest dan posttest. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai tingkat pencapaian program pendampingan dengan membandingkan tingkat pengetahuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Melalui pengukuran berbasis pretest dan posttest, diperoleh gambaran mengenai efektivitas kegiatan dalam meningkatkan wawasan dan pemahaman pelaku usaha terkait pengelolaan dan pengembangan usaha Getuk Klanting. Penggunaan instrumen evaluasi berupa tes awal (pretest) dan tes akhir (posttest) bertujuan untuk mengukur tingkat peningkatan: (a) pengetahuan peserta tentang pengetahuan umum tentang kemasan suatu produk dan cara memilih kemasan yang benar, (b) pengetahuan peserta tentang strategi pemasaran dan promosi di media sosial, (c) Pengetahuan peserta tentang desain produk seperti logo, (d) Pengetahuan peserta tentang kebersihan, kelayakan, dan kualitas suatu produk.

Hasil dari evaluasi dalam kegiatan ini dapat dilihat pada **Tabel 1** berikut. Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil nilai dan persentase peningkatan pada Pendampingan Usaha Getuk Kelanting menunjukkan perubahan signifikan dalam pemahaman dan kesadaran peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil dari Tabel 1 dapat juga dibuat dalam bentuk grafik perbandingan seperti terlihat pada **Gambar 3**.

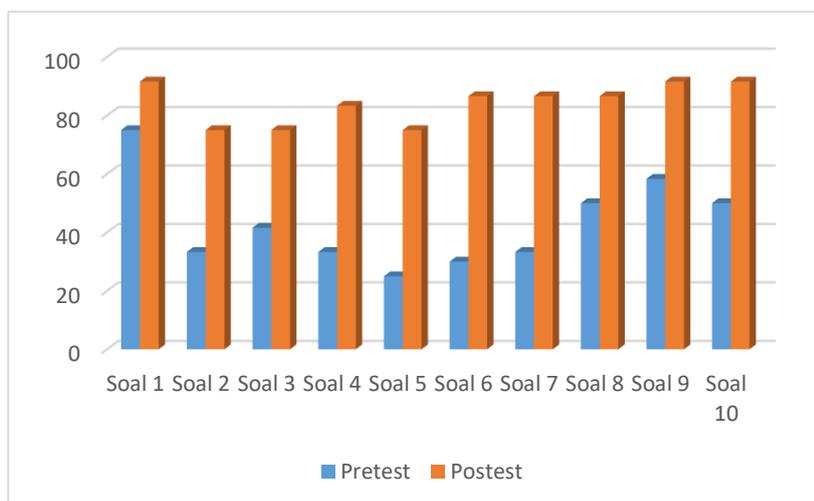
Tabel 1. Materi Evaluasi Pada Tes Awal dan Tes Akhir

No.	Tujuan Instuksional Khusus	Pencapaian TIK %		
		Pretest	Posttest	Peningkatan
1	Pengetahuan umum peserta tentang kemasan produk usaha	75,0	91,6	16,6
2	Pengetahuan umum peserta tentang cara memilih kemasan produk usaha	33,3	75,0	41,7
3	Pengetahuan umum tentang pentingnya strategi pemasaran digital	41,6	75,0	33,4
4	Pengetahuan umum peserta tentang cara promosi di media sosial	33,3	83,3	50,0
5	Pengetahuan umum peserta tentang cara membuat logo suatu produk	25	75,0	50,0
6	Pengetahuan umum peserta tentang inovasi dan variasi dalam suatu produk	30,0	86,6	56,6
7	Pengetahuan umum peserta tentang menentukan ukuran produk	33,3	86,6	53,3
8	Pengetahuan umum peserta tentang kualitas produk dan kepuasan pelanggan	50,0	86,6	36,6
9	Pengetahuan umum peserta tentang kebersihan dan kelayakan produk	58,3	91,6	33,3
10	Pengetahuan umum peserta tentang memilih bahan baku yang berkualitas	50,0	91,6	41,6
Rata-rata		51,97	82,62	41,3

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa pengetahuan peserta mengalami peningkatan dengan adanya pendampingan ini. Pertanyaan dibuat berjumlah 10 soal yang akan digunakan untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta usaha. pertanyaan 1 mengetahui pengetahuan umum tentang kemasan produk mengalami peningkatan sebesar 16,6 dari nilai pretest 75 menjadi 91,6. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendampingan ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan peserta tentang pengemasan produk. Peningkatan terbesar terlihat pada pengetahuan umum tentang kemasan produk, yang naik signifikan sebesar 16,6 poin, dari 75 pada *pretest* menjadi 91,6 pada *posttest*. Meskipun ada sedikit penurunan sebesar 3,3 poin pada pengetahuan tentang cara memilih kemasan produk, nilai akhirnya tetap menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan kenaikan 41,7 poin dari pretest. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan berhasil meningkatkan pemahaman peserta dalam aspek-aspek penting pengemasan produk usaha.

Pada pertanyaan 3 mengenai pengetahuan tentang strategi pemasaran digital mengalami peningkatan yaitu 33,4 dari nilai pretest 41,6 menjadi 75. Hasil Sedangkan pertanyaan 4 mengenai pengetahuan umum tentang promosi di media sosial memperoleh peningkatan pemahaman sebesar 50% dari nilai pretest 33,3 menjadi 83,3. Pendampingan ini menunjukkan hasil yang sangat positif dalam meningkatkan pemahaman peserta mengenai

pemasaran digital. Pengetahuan tentang strategi pemasaran digital meningkat signifikan sebesar 33,4 poin, dari 41,6 pada pretest menjadi 75 pada posttest. Selain itu, pemahaman mengenai promosi di media sosial mengalami peningkatan yang luar biasa sebesar 50 poin, dari 33,3 menjadi 83,3. Ini menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang jauh lebih baik tentang pemasaran digital dan promosi di media sosial setelah mengikuti pendampingan. Pertanyaan 5 tentang pengetahuan umum cara membuat logo menunjukkan peningkatan pemahaman sebesar 50%, dari nilai pretest 25 menjadi 75. Meskipun ada peningkatan signifikan, hasil ini menunjukkan bahwa peserta masih belum sepenuhnya memahami cara membuat atau mendesain logo untuk usaha, karena nilai akhir yang diperoleh hanya 75 dari nilai rata-rata *posttest*.



Gambar 3. Grafik perbandingan nilai *pretest* dan *posttest*

Pada pertanyaan 6 tentang pemahaman pengetahuan umum tentang inovasi dan variasi produk memperoleh peningkatan sebesar 56,6 persen dari nilai pretest 30 menjadi 86,6. Adapun pada pertanyaan 7 mengenai penentuan ukuran produk usaha memperoleh peningkatan sebesar 53,3 persen dari nilai 33,3 menjadi 86,6. Pendampingan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan dalam hal inovasi dan variasi produk, dengan peningkatan sebesar 56,6%, dari nilai pretest 30 menjadi 86,6. Selain itu, pemahaman tentang penentuan ukuran produk usaha juga meningkat secara substansial, dengan kenaikan sebesar 53,3%, dari nilai 33,3 menjadi 86,6. Ini menunjukkan bahwa peserta telah memperoleh pemahaman yang jauh lebih baik mengenai inovasi, variasi produk, dan penentuan ukuran produk dalam usaha mitra.

Pada pertanyaan 8 tentang pengetahuan mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan memperoleh kenaikan sebesar 36,6% dari nilai 50 menjadi 86. 0 adapun pada pertanyaan 9 tentang pengetahuan pentingnya kebersihan dan kelayakan produk mengalami peningkatan pemahaman sebesar 33% dari nilai 58,3 menjadi 91,6. pertanyaan 10 mengenai pengetahuan tentang memilih bahan baku yang berkualitas memperoleh peningkatan sebesar 41,6 dari nilai menjadi 91,6. Pendampingan ini secara keseluruhan berhasil meningkatkan pemahaman peserta dalam berbagai aspek penting usaha. Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang baik mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan, serta pentingnya kebersihan dan kelayakan produk. Selain itu, pemahaman mereka tentang memilih bahan baku yang berkualitas juga mengalami kemajuan signifikan. Dengan demikian, pendampingan berhasil memperkuat pemahaman peserta dan meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha dengan lebih efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari program kerja pendampingan getuk kelanting yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Kegiatan pendampingan ini mengalami peningkatan signifikan dalam pengetahuan pengemasan produk sebesar 16,6%, peningkatan dalam pengetahuan tentang strategi pemasaran digital dan promosi media sosial sebesar 33,4%, pemahaman inovasi dan variasi produk sebesar 56,6%, peningkatan pengetahuan tentang kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kebersihan sebesar 41,6%.
2. Peningkatan pemahaman peserta secara umum dari hasil tes awal (*pretest*) dan tes akhir (*posttest*) sebesar 41,3%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Lampung, Badan Pengelola Kuliah Kerja Nyata (BPKKN) Universitas Lampung, para Dosen Koordinator DPL dan Dosen Pembimbing Lapangan Universitas Lampung, serta Kepala Desa Rejomulyo dan Kepala Dusun 8 serta masyarakat Desa Rejomulyo Dusun 8 Kec. Jati Agung Lampung Selatan atas dukungan, kerja sama, dan kontribusi yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini.

REFERENSI

- Amaliah, N., Setyawati, R., Farida, Suriana, I., & Gafur, A. (2019). Diversifikasi Produk Pangan Olahan Berbasis Buah Pepaya Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kelurahan Karang Joang Balikpapan Kalimantan Timur. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 2(2), 108–114.
- Fachrunnisa, Z. H., Nazarilah, E. A., Nasianti, W., & Ovita, A. (2021). Revitalisasi Kegiatan Usaha Getuk Goreng Hj. Tohirin di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Khidmat*, 4(1), 8–15.
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 15.
- Baboe, K., Astuti, M. H., Hariatama, F., & Alexandro, R. (2023). Analisis Kreatifitas Produk Klanting Terhadap Keberhasilan Perkembangan UKM di Tahai Baru Kecamatan Maluku Kabupaten Pulang Pisau. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 15(1), 26–40.
- Aprilia N., Viora, D., & Syafriani. (2022). Pengembangan usaha singkong sebagai jajanan sehat di kampar riau. *Medika*, 1(1), 1–6.
- Priyono, M. B., & Dian Permata Sari. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September), 497–506.
- Pariyanti, E. 2017. Analisis Pengendalian Resiko Pada Usaha Keripik Singkong. *Jurnal Manajemen Magister*, 3 (1), 32-41.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182.
- Tamburaka, I. P., Edwin, R. S., Rumbia, W. A., Fatmawati, F., & Rizal, R. (2022). Edukasi Pengolahan Keripik Singkong Dengan Berbagai Varian Rasa Di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin Kota Kendari. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 366–372
- Wardiah, I., Subandi, Kustin, S., dan Noor, M.H. 2020. Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Rumahan Keripik Singkong. *Jurnal Impact : Implementation and Action*. 2 (2): 3.