

## **Keripik Kelapa : Peluang Usaha Baru di Dusun 3 Tanjung Anom, Deli Serdang**

**Rafieqah Nalar Rizky<sup>1\*</sup>, Mavianti<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>)*Program Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

*Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20221*

\* **Korespodensi** : [rafieqahnalar@umsu.ac.id](mailto:rafieqahnalar@umsu.ac.id)

**Abstrak.** Produk kewirausahaan yang akan penulis bahas dalam tulisan ini adalah keripik kelapa. Keripik kelapa ialah produk yang dibuat dari daging buah kelapa yang berwarna putih, renyah dan manis serta mempunyai bau khas kelapa. Pada umumnya produk ini dibuat dari buah kelapa yang berumur 7-8 bulan, dikonsumsi sebagai makanan ringan atau makanan yang dikeringkan. Tujuan dari pembuatan keripik kelapa adalah menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat sebagai produk camilan yang memiliki nilai gizi yang tinggi. Selain itu, dapat meningkatkan pemanfaatan dari kelapa muda dan dapat menjadi salah satu alternatif peluang usaha sehingga terciptanya lapangan pekerjaan baru. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kewirausahaan keripik kelapa meliputi persiapan, riset pasar dan formulasi produk, dan strategi pemasaran

**Kata kunci** : *kewirausahaan, keripik kelapa, peluang usaha*

**Abstract.** The entrepreneurship product that i will discuss in this paper is coconut chips. Coconut chips are products made from coconut flesh which are white, crispy and sweet and have a distinctive smell of coconut. In general, this product is made from coconuts are around 7-8 months which consumed as snacks or dried foods. The purpose of this product is to become one of the alternatives for the community as a snack that has high nutritional value. In addition, it will increase the utilization of the coconut and will be an alternative for business opportunity. This product (coconut chips) will create a new job. The methods that used in the implementation of this program include preparation, market research and product formulation, and marketing strategies.

**Key words** : *Entrepreneurship, coconut chips, business opportunity*

## PENDAHULUAN

Produk kewirausahaan yang akan penulis bahas dalam tulisan ini adalah keripik kelapa. Keripik kelapa ialah produk yang dibuat dari daging buah kelapa yang , berwarna putih, renyah dan manis serta mempunyai bau khas kelapa. Pada umumnya produk ini dibuat dari buah kelapa muda yang berumur 7-8 bulan, dikonsumsi sebagai makanan ringan atau makanan yang dikeringkan.

Buah Kelapa sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Kelapa banyak digunakan untuk berbagai macam sajian khas Indonesia. Kelapa biasa dijadikan bahan memasak, membuat minyak dan sebagainya. Olahan dari kelapa juga banyak ditemui karena memang buah kelapa sangat dibutuhkan setiap harinya. Kelapa selain bisa digunakan untuk membuat aneka jenis makanan juga bisa dibuat camilan renyah yaitu keripik kelapa. keripik kelapa menjadi olahan yang menarik dari bahan kelapa. Rasa kelapa pada keripik kelapa ini krispi dan lezat, cocok dijadikan camilan. Olahan kelapa yang dijadikan keripik ini pun banyak diminati, untuk itu peluang usaha keripik kelapa layak untuk dipertimbangkan.

Keripik kelapa masih asing di tengah masyarakat, sebab keripik kelapa memang belum banyak dipasarkan. Sehingga ini kesempatan baik untuk mencoba menjalankan usaha ini. Pengelola dari keripik kelapa sudah banyak namun tidak ada salahnya bila mencoba menekuni usaha keripik kelapa. Untuk dapat bersaing ditengah pengusaha lainnya dalam menjalankan bisnis keripik kelapa ini memang membutuhkan ketelatenan, kesabaran serta strategi yang tepat untuk menjalankan usaha. Selain itu, dengan menjalankan usaha ini dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneurship*.

Selanjutnya, Eddy Soeryanto Seogoto (2009:2) mendefinisikan banyak orang belum menyadari bahwa menjadi *entrepreneur* atau pengusaha itu merupakan pekerjaan mulia, menyenangkan, menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, mengurangi kemiskinan, berperan pada perkembangan ekonomi negara, berperan pada kemajuan suatu bangsa, mencerdaskan bangsa, membuatnya menjadi kaya, menjadi komponen pembangunan bangsa, dikenal banyak orang, dapat mengantarkannya menjadi pimpinan partai politik, dapat menjadi pimpinan negara, serta pahlawan pembangunan.

Suatu bangsa dikatakan sejahtera dan dapat dihargai oleh bangsa lain apabila perekonomian bangsa tersebut telah maju. Kemajuan ekonomi akan dapat dicapai jika ada semangat untuk berwirausaha yang kuat dari warga bangsanya. Salah satu faktor yang menyebabkan sebuah negara dikatakan maju adalah ketika jumlah wirausahawan yang terdapat di negara tersebut berjumlah dua persen dari populasi penduduknya. Untuk itu, usaha ini dapat menjadi salah satu penggerak perekonomian bangsa. Sehingga peluang mendapatkan penghasilan lebih juga besar. Untuk mengembangkannya diperlukan mental entrepreneur yang kuat, peka terhadap peluang dan perubahan, dan yang paling penting adalah mau berproses sehingga kokoh dan tangguh menjadi entrepreneur yang sukses (Mavianti : 2109).

## METODE DAN BAHAN

### Metode

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kewirausahaan Keripik kelapa meliputi persiapan, riset pasar dan formulasi produk, dan strategi pemasaran (Elvina Wulandari dan Elok Zubaidah, 2016:232). Metode ini digunakan agar konsep usaha keripik kelapa ini lebih matang, dan siap untuk bersaing dengan produk cemilan lainnya

## 1. Persiapan

Persiapan pelaksanaan program kewirausahaan ini meliputi :

### a. konsultasi

Persiapan pelaksanaan program kewirausahaan ini meliputi konsultasi dengan dengan kepala desa dan kepala dusun Desa Tanjung Anom mengenai peluang usaha, tantangan, bahan baku, dan pemasaran

### b. Sosialisasi

Sosialisasi yang dilakukan agar masyarakat sekitar mengetahui bahwa kelapa tidak hanya digunakan sebagai bahan untuk memasak, tetapi kelapa bias memiliki nilai jual jika diolah dan diberi sedikit sentuhan “kreativitas”, seperti keripik kelapa.

## 2. Riset pasar dan formulasi produk

Riset pasar dilakukan untuk mencari dan memastikan supplier bahan baku yang diperlukan serta menganalisis peluang dan tantangan yang akan dihadapi dalam menjalankan usaha ini. Sedangkan formulasi produk dilakukan dengan percobaan agar mendapatkan formulasi yang tepat dan komposisi bahan yang seimbang. Dengan demikian, produk yang dihasilkan dapat menjadi produk unggulan di masyarakat.

## 3. Perancangan strategi pemasaran

Strategi pemasaran dilakukan dengan metode Marketing Mix. Menurut Buchari Alma (2005:205), pengertian marketing mix adalah strategi mengkombinasikan kegiatan-kegiatan marketing, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga akan muncul hasil paling memuaskan. Marketing mix 4 P yakni konsep marketing yang berfokus pada 4 hal yakni *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat) dan *Promotion* (promosi). Keempat hal tersebut harus menjadi bahan pertimbangan utama dalam menyusun bagaimana nantinya kita akan melakukan pemasaran:

### 1. Produk (*Product*)

Produk keripik kelapa menggunakan kelapa yang tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua yang dicampur dengan tepung tapioka, tepung beras, gula pasir, santan kemasan, garam, telur, vanili, bawang putih. Untuk kedepannya, mungkin penulis akan membuat inovasi dengan menambahkan beberapa variasi rasa agar produk ini lebih menarik konsumen. Produk akan dikemas dengan kemasan plastic.

### 2. Harga (*Price*)

Harga merupakan hal yang paling penting dalam berwirausaha. Untuk produk keripik kelapa, harga yang ditawarkan juga bervariasi. Mulai dari harga Rp.2000, dan Rp.5000. Variasi harga ini dilakukan agar produk ini terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat. Harga produk ini juga termasuk kompetitif di pasaran.

### 3. Tempat (*Place*)

Tempat usaha adalah lokasi dimana usaha akan dijalankan. Produk keripik kelapa ini, akan dilakukan secara langsung, dan tempat produksi yang dilakukan di rumah. Produk akan dititipkan di warung atau kantin yang ada di Universitas ataupun sekolah-sekolah. Namun, dengan berkembangnya teknologi, usaha tidak terbatas lagi pada ruang dan waktu seperti Bisnis Online yang sedang marak saat ini.

#### 4. Aspek Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan dalam mengembangkan usaha keripik kelapa ini adalah melalui promosi *offline*, dan promosi *online*. Promosi *offline* dilakukan dari mulut ke mulut, sedangkan promosi yang dilakukan secara *online* melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Selain promosi melalui media sosial, penulis juga melakukan promosi yang mengikuti sesuai dengan event atau hari raya yang ada, contoh promosi yang dilakukan di antaranya untuk pembelian 5 bungkus akan mendapat 1 bungkus secara gratis pada hari raya Idul Fitri dan hari besar lainnya.

#### Bahan

Bahan yang digunakan dalam pembuatan keripik kelapa muda ini berupa kelapa, tepung tapioka, tepung beras, gula pasir, santan kemasan, garam, telur, vanili, bawang putih, penyedap makanan, minyak goreng dan alat berupa kompor, wajan, sutil, pisau, baskom, mangkok, sendok dan kemasan plastik.



#### Cara Pembuatan Keripik Kelapa

Pelaksanaan pembuatan keripik kelapa muda dilakukan dengan cara yaitu :

1. Pertama daging kelapa di potong setipis mungkin, selagi menunggu daging kelapa dipotong selesai
2. Campurkan tepung beras, tepung terigu diaduk dengan campuran air putih sedikit lalu masukan telur 1 butir, vanilli, gula pasir, garam, santan, royko, bawang putih digiling halus lalu campurkan.
3. Aduk semua bahan sampai benar2 rata
4. Lalu masukan selembaran daging kelapa satu persatu sampai benar2 tercampur
5. Panaskan minyak makan lalu masukan daging kelapa yg sudah tercampur tersebut, goreng sampai berubah warna kuning kecoklatan
6. Lalu ketika masih panas balut dengan gula halus.
7. Keripik daging kelapa siap dihidangkan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memudahkan menganalisis usaha keripik kelapa, maka penulis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*)

### 1. *Strength* (kekuatan)

- Bahan baku mudah didapat  
kelapa sangat mudah didapati di sekitar dusun III Desa Tanjung Anom, Deli Serdang karena penduduk sekitar banyak menanam pohon kelapa di lahan yang kosong.
- Modal Terjangkau  
Dalam menjalankan usaha keripik kelapa tidak diperlukan modal yang besar, karena usaha ini masih sebatas Usaha Kecil Menengah. Hal ini dikarenakan bahan yang mudah didapat, murah, dan peralatan yang digunakan cukup sederhana
- Dapat dibuat dengan beberapa varian rasa tanpa menghilangkan rasa asli dari kelapa itu sendiri
- Harga Terjangkau  
Keripik kelapa ini dibandrol dengan harga Rp.5000/bungkus
- Belum ada yang membuat usaha keripik kelapa di Desa Tanjung Anom, Deli Serdang  
Hal ini menjadi kekuatan utama dalam menjalankan usaha ini, karena usaha ini dapat menjadi usaha pertama yang mengolah kelapa menjadi makanan ringan.

### 2. *Weakness* (Kelemahan)

- Mudah Dirubungi semut  
Keripik kelapa lebih mudah dirubungi semut, ini disebabkan karena buah kelapa sendiri sudah manis apalagi jika diberi varian rasa manis yang banyak mengandung gula
- Mudah bau tengik jika sudah lama dan tidak tahan lama  
Masa penyimpanan keripik kelapa tidak bisa lama, karena kelapa mudah bau tengik. Masa penyimpanan keripik kelapa paling lama 3 bulan
- Mudah hancur  
Karena teksturnya yang rapuh, maka keripik kelapa mudah hancur. Dalam proses pengemasan, harus dilakukan hati-hati agar keripik tidak hancur.

### 3. *Opportunity* (Peluang)

- Lokasi tidak hanya di satu tempat  
Lokasi penjualan keripik kelapa ini tidak difokuskan pada satu tempat saja. Akan lebih efektif jika keripik kelapa dititipkan di warung-warung, dan menawarkannya langsung ke konsumen serta dilakukan penjualan *online*.
- Memberikan pemasukan dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar  
Usaha keripik kelapa ini dapat membuat lapangan pekerjaan baru dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar, terutama para ibu rumah tangga.
- Belum ada produk sejenis di pasaran, sehingga pangsa pasar masih sangat luas
- Masyarakat menyukai makanan ringan yang baru dan unik

### 4. *Threat* (Ancaman)

- Para Konsumen yang cepat bosan
- Banyaknya masyarakat yang belum mengetahui keripik kelapa
- Maraknya produk cemilan yang lebih menarik dengan harga terjangkau

## Taktik Matriks SWOT dalam Usaha Keripik Kelapa

Setelah menganalisis usaha makanan ringan keripik kelapa, maka dapat diambil strategi bisnis berdasar pada logika yang dapat memaksimalkan peluang untuk meraup untung yang sebesar-besarnya namun secara bersamaan dapat menekan kekurangan dan ancaman. Berikut adalah perumpamaan strategi dari usaha kuliner tersebut :

- Strategi *Strengths* untuk mengoptimalkan keuntungan dari *Opportunities*
  1. Mengoptimalkan promosi agar produk dapat dikenal di masyarakat sekitar dan masyarakat Indonesia
  2. Membuat inovasi rasa baru setiap beberapa bulan sekali agar masyarakat tidak bosan
- Strategi mengatasi *Weaknesses* untuk menonjolkan *Opportunities*
  1. Menggencarkan aktivitas promosi baik melalui media sosial maupun secara langsung, kalau perlu *endorse* para *influencer* di media sosial untuk mencicipi keripik kelapa
  2. Mempelajari teknologi dan cara penyimpanan kelapa agar kelapa dapat disimpan lebih lama dan tidak bau tengik
  3. Mempelajari cara pengemasan agar keripik kelapa tidak mudah disemuti..
  4. Meluangkan waktu untuk bereksperimen dalam menciptakan rasa baru
- Strategi *Strengths* untuk menghadapi *Threats*
  1. Memperkenalkan rasa yang unik dan produk makanan ringan yang bergizi kepada masyarakat melalui promosi-promosi dan diskon. Misalnya : beli 2 gratis 1.
  2. Menjaga kualitas produk tanpa menaikkan harga produk
- Strategi mengatasi *Weaknesses* untuk menghindari *Threats*
  1. Menggenjot promosi agar masyarakat luas melirik kuliner yang bagi mereka tak lazim tersebut untuk tertarik menyempatkan diri untuk membeli produk.
  2. Selalu memunculkan inovasi varian menu secara berkala untuk bertahan hidup dari serangan pesaing
  3. Membuat brand produk agar lebih menarik dan tidak asing ditelinga masyarakat
  4. Memperbaiki kemasan produk agar lebih tahan lama

## Harga Pokok Penjualan ( HPP )

Harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual.

Ada dua manfaat dari harga pokok penjualan :

1. Sebagai patokan untuk menentukan harga jual.
2. Untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba, dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan diperoleh kerugian.

### Hpp Keripik Kelapa

Kelapa 10 buah	@Rp.5000	: Rp.50.000
Telur 3 buah	@Rp.1.500	: Rp. 4.500
Gula ½ kg	@Rp.6.000	: Rp. 6.000
Santan kara 1 kotak sedang		: Rp. 7.000
Royco, bawang putih, garam		: Rp. 3.000
Gas LPG 3kg		: Rp. 17.000
Minyak goreng 1 kg		: Rp. 11.000+
		Rp. 98.500

Hasil : 25

Rp.98.500 : 25 = Rp. 3940

Harga Jual : Rp. 5000/bungkus

**NB :** Banyaknya produk yang dihasilkan tergantung pada besarnya buah kelapa

### KESIMPULAN

1. Keripik kelapa merupakan peluang bisnis baru di Desa Tanjung Anom , Deli Serdang Sumatera Utara. Usaha ini memiliki peluang yang cukup besar dikarenakan belum adanya UKM (Usaha Kecil Menengah) yang membuat produk ini sebelumnya.
2. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kewirausahaan Keripik kelapa meliputi persiapan, riset pasar dan formulasi produk, dan strategi pemasaran. Metode ini digunakan agar konsep usaha keripik kelapa ini lebih matang, dan siap untuk bersaing dengan produk cemilan lainnya yang beredar di pasaran.
3. Dalam usaha keripik kelapa ini, penulis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Analisis ini digunakan untuk mengetahui kondisi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi jalannya usaha. Tanpa adanya analisis SWOT, penulis tidak dapat mengetahui seberapa besar potensi pasar, minat, dan peluang pasar yang dapat dimanfaatkan, serta tingkat persaingan pasar terhadap produk yang dihasilkan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Bapak H. Arbi Gunanto, SE selaku Kepala Desa Tanjung Anom yang telah memberikan izin untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat di desa yang Bapak pimpin. Terimakasih juga kepada Bapak Didit selaku Kepala Dusun 3 Desa Tanjung Anom yang banyak membantu dalam pelaksanaan pengabdian ini khususnya yang berkaitan dengan mengumpulkan ibu-ibu untuk mengikuti program pengabdian masyarakat ini di dusun 3. Terima kasih juga kepada Nabila, Aulia, Teguh Satria, Akram, Ayu, Indria, selaku Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini.

## REFERENCE

- Alma, B. 2009. *Kewirausahawan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Bagi Mahasiswa Dan Masyarakat Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, G., dan Kotler, P. 2007. *Marketing: An Introductuon*. New Jersey: Pearson Prentice Inc.
- Mavianti. (2019). *Mental Building In Entrepreneurship On Students In Facing The Industrial Revolution Era 4.0. Proceeding : Multi-Disciplinary International Conference University of Asahan, 1*. 312-323.
- Rafida, Tien, dan Ananda, Rusdi, 2016. Medan : Perdana Publishing
- Soeryanto, Soegoto, 2009. *Entrpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung*. Elex Media Komputindo
- Wulandari, Elvina, dan Zubaidah, Elok, 2016. *Kebab Bakso Bakar : Inovasi Kuliner Khas Kota Malang Menjadi Modern Sebagai Upaya Pelestarian Kuliner Bangsa*. *Jurnal Pangan dan Agroindustri Vol.4 No 1*, p. 230-237.
- <http://evasafna14.blogspot.com/2016/03/analisis-swot-keripik-singkong-stenghth.html>
- <https://ukirama.com/en/blogs/bisnis-anda-di-bidang-kuliner-mari-analisis-swot-dalam-bisnis-kuliner-anda>
- <http://pelajar-mania.blogspot.com/2012/12/contoh-analisis-swot-usaha-bakso.html>
- <http://id.wikipedia.com/laporanlabarugi/>