

Pengabdian Kepada Masyarakat Penerapan Teori Kaizen untuk Meningkatkan Kualitas Usaha Keripik Talas di UKM Asyifa Oleh-Oleh

I Ketut Budaraga*, Wellas Sri Devi

Program Studi Teknologi Hasil Fakultas Pertanian Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

*corresponding author: budaraga1968@gmail.com

Submitted: 14 Desember 2021, Revised: 5 Mei 2022, Accepted: 10 Mei 2022, Published: 24 Januari 2023

Abstrak

Talas merupakan bahan pangan lokal di Sumatera Barat mempunyai peranan penting untuk menjaga ketahanan pangan. Talas banyak dimanfaatkan sebagai makanan olahan di daerah-daerah. Permasalahan dijumpai pada UKM Asyifa oleh-oleh perlu adanya peningkatan kualitas dan penerapan manajemen yang baik. Tujuan pengabdian ini untuk memberikan tambahan informasi penerapan teori KAIZEN untuk peningkatan kualitas produksi kepada UKM Asyifa Oleh-Oleh. Metode yang digunakan dalam pengabdian adalah kunjungan lapangan disertai dengan ceramah secara timbal balik dilakukan secara langsung dan daring. Dalam diskusi tidak bersifat menggurui agar pesan inovasi yang ingin disampaikan sampai kepada UKM. Materi diskusi yang disampaikan masalah penerapan teori KAIZEN yaitu UKM perlu adanya perencanaan produksi, proses produksi pengolahan talas yang baik, adanya control terhadap mutu produksi serta kegiatan aktivitas selanjutnya, artinya ada usaha peningkatan mutu secara terus menerus (*continuous improvement*). Hasil yang diperoleh UKM menyambut baik masukan tersebut, dan kedepan akan dilaksanakan secara bertahap, disesuaikan dengan kemampuan SDM yang dimiliki oleh UKM Asyifa Oleh-Oleh. Saat ini prospek pemasaran keripik talas cukup bagus, pemasaran sudah dilaksanakan di wilayah Sumatera Barat dan luar Sumatera Barat. Keripik UKM Asyifa oleh-oleh belum dikemas dengan baik. Adanya UKM ini sangat membantu peningkatan pendapatan masyarakat disekitarnya.

Kata kunci: Produksi, Keripik Talas, Kaizen, Kualitas

Abstract

Taro is a local food ingredient in West Sumatra which has an important role to maintain food security. Taro is widely used as processed food in the regions. Problems found in UKM Asyifa oleh-oleh need to improve quality and apply good management. The purpose of this service is to provide additional information on the application of KAIZEN theory to improve the quality of production for UKM Asyifa Oleh-Oleh. The method used in the service is field visits accompanied by reciprocal lectures carried out in person and online. The discussion is not patronizing so that the message of innovation to be conveyed reaches UKM. The discussion material presented on the problem of applying KAIZEN theory, namely UKM need a production plan, a good taro processing production process, control over production quality and subsequent activities, meaning that there is a continuous improvement in quality. The results obtained by UKM welcome the input, and in the future it will be carried out in stages, adjusted to the capabilities of the human resources owned by UKM Asyifa Oleh-Oleh. Currently, the prospect of marketing taro chips is quite good, marketing has been carried out in West Sumatra and outside West Sumatera. Asyifa chips for souvenirs have not been packaged properly. The existence of UKM is very helpful in increasing the opinion of the surrounding community.

Keywords: Production, Taro Chips, Kaizen, Quality



Pendahuluan

Talas (*Colocasia esculenta L. Schott*) salah satu umbi-umbian yang banyak terdapat di Indonesia namun pemanfaatannya belum maksimal. Tanaman talas memiliki beberapa kelebihan, antara lain dapat tumbuh pada kondisi iklim yang kurang baik dan tidak tergantung pada jenis atau tipe tanah tertentu. Umbi talas berpotensi sebagai sumber karbohidrat yang cukup tinggi, 23,7 g/100 g talas mentah [Direktorat Gizi Departemen Kesehatan. 1972]. Kandungan protein talas mencapai 20 g/kg talas, sedangkan ubi kayu dan ubi jalar hanya setengahnya [Parkinson S. 1984]. Talas juga mengandung lemak, vitamin, dan mineral walaupun dalam jumlah sedikit. Mineral yang terkandung dalam ubi talas adalah Ca 28 mg dan P 61 mg/100 g talas mentah. Umbi talas juga mengandung vitamin A, B1, dan sedikit vitamin C [Muchtadi TR, Sugiyono. 1992].

Perkembangan terkait industri makanan ringan seperti keripik talas masih bersifat tradisional menduduki peringkat kedua terbesar setelah industri hasil pertanian yang mempunyai potensi untuk jangka panjang, sehingga banyak mempekerjakan para pegawai dan secara tidak langsung bisa mengurangi angka pengangguran di daerah. Pertumbuhan industri kecil dan menengah atau industri rumahan memiliki pertumbuhan yang cukup meningkat, di mana sekarang dengan mudah kita menemukan banyaknya usaha industri kecil dan menengah atau industri rumahan yang memproduksi makanan tradisional seperti keripik talas. Para pelaku usaha industri kecil dan menengah atau usaha rumahan, terus berusaha untuk menjadikan produk olahan mereka menjadi makanan tradisional yang bisa dikenal masyarakat luas. Tujuan dari usaha industri kecil dan menengah atau usaha rumahan pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan para pelaku usaha itu sendiri, dan juga untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen dalam rangka terciptanya usaha industri kecil dan menengah atau usaha rumahan yang sehat, dalam rangka menambah pendapatan atau penghasilan secara ekonomi baik yang bersifat rumah tangga, maupun pendapatan atau penghasilan ekonomi daerah secara umum dimana usaha industri kecil dan menengah atau usaha rumahan itu berada. Dengan demikian perlu adanya penerapan strategi pemasaran yang tepat sasaran dalam rangka membantu keberhasilan usaha industri kecil dan menengah yang dijalani dan juga demi tercapainya tujuan dari industri kecil dan menengah atau usaha rumahan yang sedang dijalankan [Suhandi, H.Hanafiah, P.Harsono, 2020]

Tanaman talas hampir tersebar diseluruh kepulauan dan tersebar di Indonesia dari pantai sampai ketinggian 1000m dpl, baik yang liar maupun yang dibudidayakan. Kabupaten Tanah Datar, tepatnya di Salimpaung Batusangkar, talas ini banyak dimanfaatkan sebagai olahan makanan diantaranya yaitu keripik talas. Jenis talas yang lazim dibudidayakan antara lain yaitu talas paris, talas loma, talas bentul, talas lampung, talas sutra, talas mentega, talas ketan dan talas belitng. Talas merupakan salah satu tanaman pangan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup baik, serta berpotensi besar untuk dikembangkan. [Direktorat Gizi Depkes RI 1982].

Tanaman talas bisa diolah menjadi produk pangan, salah satunya dengan cara melakukan diversifikasi produk. Biasanya talas ini lebih banyak dihidangkan dalam bentuk segar, rebusan dan kukusan. Talas dalam keadaan segar tidak tahan lama sehingga diperlukan usaha penganekaragaman talas menjadi produk pangan yang lebih awet. Usaha penganekaragaman sangat penting untuk menciptakan produk olahan talas menjadi berbagai bentuk awetan. Produk yang mempunyai rasa khas dan tahan lama disimpan salah satunya yaitu membuat olahan talas menjadi keripik talas yang berkualitas. Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah a. Menyampaikan informasi penerapan teori KAIZEN untuk peningkatan kualitas usaha keripik talas UKM Asyifa Oleh-Oleh.

b. Mengetahui permasalahan-permasalahan yang dialami oleh usaha kripik talas UKM Asyifa Oleh-Oleh.

c. Evaluasi penerapan teori KAIZEN pada usaha keripik talas UKM Asyifa Oleh-Oleh.

Manfaat pengabdian ini untuk menambah wawasan dunia luar kampus khususnya dalam bidang industri baik itu rumah tangga maupun industri besar kepada masyarakat, mulai dari proses pembuatan hingga pemasaran. Manfaat lainnya bisa membuka lapangan usaha bagi masyarakat dan meningkatkan nilai tambah dari komoditas talas tersebut. Masyarakat bisa menghasilkan produk olahan yang berkualitas dengan harga terjangkau, merintis dan mengembangkan produk pangan tradisional



Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari persiapan, pelaksanaan kegiatan dan dilanjutkan dengan diskusi yang dilakukan secara dua arah. Istilahnya cara penyuluhan tetapi sifatnya tidak menggurui. Untuk persiapan demo proses pembuatan keripik talas yang bermutu dipersiapkan alat seperti pisau, pengiris, kuili, tungku, sendok penggoreng, saringan dan baskom. Selanjutnya untuk bahan dipersiapkan mulai talas, minyak goreng, cabe dan kayu.

Adapun cara kerjanya sebagai berikut [Susilawati,P.N. *et.al.*,2021]: pengupasan talas,perendam dengan garam 5% selama 5 menit untuk menghilangkan getah, pencucian hingga bersih, pengirisan talas, penggorengan talas yang sudah diiris, Setelah penggorengan dilakukan pinirisan, Setelah ditiriskan lalu pindahkan keripik yang sudah digoreng ke dalam baskom, Lalu dilakukan pemberian bumbu cabe halus yang sudah ditumis sampai rata. Bagi talas yang tidak diberi cabe halus langsung masukkan kedalam plastik kemasan, Selanjutnya keripik yang sudah dibumbui di masukkan kedalam kemasan, keripik talas pun siap untuk dipasarkan.

Untuk menjaga kualitas maka diberikan informasi masalah manajemen kualitas. Manajemen kualitas atau manajemen mutu adalah suatu tindakan untuk menjaga semua kegiatan dan tugas yang diinginkan untuk mempertahankan setiap tingkat kualitas yang diinginkan. Beberapa hal yang selalu diperhatikan agar kualitas mutu bagus:

1. Pengadaan bahan baku

Bahan baku utama seperti varietas talas beneng maupun bahan baku tambahan industri seperti bumbu-bumbu yang diperlukan harus direncanakan dan dikendalikan dengan baik.

2. Pengendalian produksi

Dilakukan secara terus menerus meliputi kegiatan pengendalian bahan, pengendalian kerusakan bahan.

3. Pengemasan

Pengemasan dilakukan dengan benar dan memenuhi persyaratan teknis untuk kepentingan distribusi dan promosi. Pada usaha keripik talas UKM Asyifa oleh-oleh, pengemasan keripik menggunakan plastik biasa atau plastic kaca, bahkan pengemasan langsung dalam karung plastik besar yang isinya 10 kg. Karena banyak konsumen yang membeli keripik tersebut untuk dijual kembali kepada konsumen lain.

Materi yang lain diberikan Sistem Informasi Manajemen atau SIM adalah sistem perencanaan bagian dari pengendalian internal suatu bisnis yang meliputi pemanfaatan manusia,dokumen, teknologi,dan prosedur. Pada metode pengabdian pada usaha keripik talas UKM Asyifa Oleh-Oleh yang diberikan berupa sistem informasi pemasaran seperti:

- 1.Promosi

Promosi merupakan senjata usaha dalam pemasaran produk. Promosi dan iklan, selain diperlukan untuk memperkenalkan produk pada masyarakat, juga dilakukan untuk membantu menciptakan *image* produk di masyarakat. Promosi yang diterapkan pada usaha keripik talas Bu Yusnida ini yaitu dengan pemberian informasi secara langsung, memberikan informasi secara tidak langsung yaitu dengan membuat atau menyebarkan poster, membuat spanduk, dan mengunggah di sosial media.

- 2.Harga

Harga memegang peranan penting dalam pembelian produk oleh konsumen maupun pedagang perantara. Strategi penetapan harga perlu dilakukan sebelum dilemparkan kepasar. Mengingat keripik merupakan produk yang telah umum dikenal oleh masyarakat maka produk ini harus dapat bersaing dalam harga dengan produk keripik lain yang telah sangat dikenal oleh masyarakat. Harga penjualan yang ditetapkan dalam usaha Bu Yusnida ini yaitu Rp 30.000/kg.

Hasil dan Pembahasan

Usaha keripik talas asyifa dirintis oleh Ibu Yusnida. Sebelum membuka usaha keripik talas, beliau pernah bekerja sebagai karyawan swasta selama 8 tahun. Setelah mendapatkan modal, beliau memberanikan diri untuk membuka usaha keripik talas tersebut. Modal awal Bu Yusnida pemilik UKM Asyifa Oleh-Oleh saat itu Rp 10.000.000,-. Pada tahun



2015 berdirilah usaha keripik talas yang diberi nama UKM Asyifa Oleh-Oleh, dimana nama Asyifa diambil dari nama putri terakhir Ibu Yusnida.

Ketatnya persaingan dipasar makanan tidak menyurutkan langkah Bu Yusnida pada pembuatan keripik. Bu Yusnida selalu mencoba memproduksi suatu makanan tradisional yang tidak kalah menarik dengan makanan instan. Tentunya dengan harapan mampu bersaing dalam pasar makanan, produk tersebut yaitu keripik talas.

Permintaan pembeli semakin banyak. Ibu Yusnida menjadikan tetangga disekitar rumahnya untuk menjadi karyawan membuat keripik talas tersebut. Karyawannya berjumlah 6 orang. Setelah dihitung perbulan Ibu Yusnida mendapatkan keuntungan yang lumayan, setelah itu Ibu Yusnida menyediakan berbagai macam keripik lainnya seperti keripik jengkol, kripik pisang, serundeng dll. Ibu Yusnida menjalankan usahanya yang didampingi oleh suaminya yang bernama Bapak Peri. Yang sampai sekarang masih menjalankan usaha keripik talas asyifa oleh-oleh.

Untuk core bisnis Asyifa oleh-oleh ini mempertahankan kualitas talas dan menjaga kebersihan saat produksi untuk menjaga keunggulan keripik tersebut. Yang awalnya hanya membuat olahan keripik talas, sekarang Ibu Yusnida juga memproduksi berbagai olahan keripik untuk menjadi pusat oleh-oleh khas di batusangkar. Ibu Yusnida pun sudah tidak menggunakan pengawet atau pun pewarna dalam preoduk olahannya.

Pada usaha keripik talas penerapan aspek manajemen sangatlah penting karena merupakan aspek penggerak suatu bisnis. Manajemen dalam pengolahan keripik talas Ibu Yusnida ini masih tradisional. Bu Yusnida pun ikut terjun langsung dalam membantu karyawannya saat pengolahan keripik talas tersebut, ini semua karena Bu Yusnida juga banyak memproduksi/mengolah olahan pangan lainnya. Penggerak Bu Yusnida menjalankan usahanya ini yaitu melihat banyak masyarakat yang tidak paham bagaimana cara memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menciptakan sebuah peluang usaha yang bagus. Dengan pengolahan keripik talas inilah bu Yusnida terkenal di daerah ini.

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat esensial dalam kelangsungan kegiatan suatu usaha. Karena manusialah yang memiliki ide dan strategi menjalankan usaha untuk memproduksi suatu jenis produk, serta mampu melakukan persaingan di dalam kegiatan pengembangan usaha itu sendiri [Assauri, 1993]. Adapun sumber daya manusia yang dimiliki oleh usaha keripik talas Bu Yusnida ini adalah dia mempunyai 6 orang karyawan dengan pendidikan rata-rata baru lulus Sekolah Dasar.

Sumber daya yang penting lain adalah sumber daya lahan dan bangunan. Lahan merupakan salah satu faktor pendukung yang sangat penting dalam mengembangkan suatu usaha produksi karena luas sempitnya lahan akan mempengaruhi besar kecilnya volume usaha produksi yang dapat mempengaruhi besar kecilnya hasil produksi.

Sumber daya bangunan juga merupakan salah satu faktor pendukung yang sangat penting dalam menjalankan dan mengembangkan suatu usaha karena bangunan merupakan tempat untuk melaksanakan segala aktifitas yang menyangkut kepentingan perusahaan seperti proses produksi serta kegiatan lainnya. Tanpa adanya sumber daya bangunan, maka perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya secara efektif dan efisien.

Luas ruang produksi UKM Asyifa Oleh-Oleh sebesar 56m^2 (7×8 meter). Sedangkan luas ruang pemasarannya sebesar 20m^2 (4×5 meter). Luas lahan yang dimiliki oleh usaha keripik talas UKM Asyifa Oleh-Oleh ini seluas 360m^2 (20×18 meter) dengan nilai nominal sebesar Rp 45.000.000,- diatas lahan tersebut dibangun sebuah bangunan yang merupakan tempat dimana proses pelaksanaan usaha berlangsung. Luas bangunan tersebut adalah $7 \times 8 \text{m} = 56\text{m}^2$ dengan nilai nominal Rp.60.000.000,- Jadi total asset perusahaan untuk sumber daya lahan dan bangunan yang dimiliki usaha keripik talas adalah sebesar Rp 105.000.000,-

Sumber daya lain adalah Sumber daya finansial. Lancarnya suatu usaha juga sangat tergantung pada keberadaan sumberdaya finansial, sebab sumberdaya finansial sangat berpengaruh terhadap kestabilan dan perkembangan suatu usaha atau industri. Keberadaan sumberdaya finansial sangat mendukung terhadap pengadaan peralatan dan bahan baku yang dibutuhkan atau digunakan dalam melaksanakan kegiatan produksi.

Sumber daya finansial merupakan semua harta yang dimiliki oleh usaha pembuatan keripik talas, baik yang berupa uang tunai maupun dalam bentuk barang berharga yang dapat digunakan untuk mempertahankan kelancaran jalannya suatu usaha pembuatan keripik talas.

Adapun sumberdaya finansial yang dimiliki usaha pembuatan keripik talas Bu Yusnida, aktiva tetap adalah berupa lahan seluas 20×18 meter = 360m^2 dengan nilai nominal sebesar Rp 45.000.000 dan luas bangunan sebesar 8×7 meter dengan nilai nominalnya Rp 60.000.000. sedangkan aktiva lancar berupa kas sebesar Rp 5.000.000.



Manajemen yang lain yang tak kalah penting adalah Manajemen Produksi. Manajemen produksi adalah sebuah penataan dari proses pengubahan bahan mentah menjadi suatu produk atau saja yang memiliki nilai jual. Adapun manajemen bagian dari manajemen produksi sebagai berikut:

a. Proses pengadaan bahan baku

Salah satu aspek yang sangat penting diperhatikan oleh pengusaha pembuatan keripik talas adalah ketersediaan bahan baku. Mudah tidaknya seseorang mendapatkan bahan baku akan mempengaruhi kelancaran proses produksi usahanya.

Bahan baku dalam pembuatan keripik talas adalah talas didapatkan dari petani dan ada juga dari hasil kebun suami Bu Yusnida. Rata-rata sebulan talas yang diperlukan sebagai bahan baku yaitu sebesar 1.500 kg. Harga talas dalam per kg nya adalah Rp 2.000,- jadi dalam satu bulan untuk pembelian talas adalah $1.500 \times \text{Rp } 2.000,- = \text{Rp } 3.000.000,-$

b. Sistem pengendalian produksi [Soekartowi, 1995]

Pengendalian produksi dilakukan pada saat proses produksi itu berlangsung. Hal ini dilakukan agar kegiatan produksi dapat berjalan dengan lancar. Dalam sistem ini Ibu Yusnida membagi karyawan dalam masing-masing tanggung jawab tersendiri. Ada dibagian pengupasan, dibagian pencucian, dibagian pengirisan, dan dibagian penggorengan. Hal ini dilakukan agar proses produksi berjalan dengan lancar dan baik.

Adapun perhitungan bagian produksi usaha UKM Asyifa Oleh-Oleh sebagai berikut :

1. Tenaga kerja

Jumlah tenaga kerja pada usaha keripik talas Bu Yusnida yaitu berjumlah 6 orang. untuk gaji karyawan yaitu Rp 60.000,-/hari. Jadi untuk 6 orang karyawan berjumlah Rp 360.000,-/hari.

2. Biaya produksi dan hasil penjualan/hari

Biaya produksi adalah biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk yang meliputi biaya bahan baku:

Hasil penjualan	: Rp 700.000,- - 1.000.000,-/hari
Harga talas	: Rp 2.000,-/kg
Garam	: Rp 20.000,-/pack
Minyak goreng	: Rp 18.000,-/kg
Kayu tungku	: 100 potong = Rp 100.000,-
Cabe merah	: Rp 50.000,-/kg

Untuk kaitan teori KAIZEN dengan manajemen industri sesuai dengan kondisi di perusahaan. Kaizen merupakan suatu upaya pendekatan dengan akal sehat dan biaya yang rendah untuk tempat kerja dengan komponen utama Total Quality Management, total produktif manajemen, *managemen just in time*, pengendalian mutu dan lainnya. Manajemen pada prinsipnya bagaimana mengatur kegiatan agar berjalan dengan dengan baik dalam mencapai tujuan secara optimal sesuai dengan yang diinginkan. Tujuan tersebut akan tercapai dengan adanya kerja sama antara manusia, dan konsisten dengan tugas yang dijalannya dengan tujuan yang telah ditetapkannya. Manajemen dalam usaha keripik talas Bu Yusnida ini sudah cukup baik karena dia sudah memiliki jumlah karyawan yang cukup dalam proses produksinya. Karyawanpun sangat membantu dalam proses pengolahan tersebut.

Usulan perbaikan dalam usaha keripik talas ini yaitu untuk pengemasan agar lebih baik dikemas dengan kemasan yang berlabel, karena itu juga bisa meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Kalau untuk proses pengolahan dari awal sampai akhir itu sudah sangat baik.

Kesimpulan

Informasi penerapan teori KAIZEN untuk peningkatan kualitas sudah disampaikan, sehingga sudah ada usaha peningkatan kualitas produksi keripik talas dengan penerapan teori KAIZEN. Dalam pengembangan produksi belum ditemui permasalahan yang berat, karena masalah bahan baku dan pemasaran sudah ada. Pengembangan produk olahan seperti keripik talas ini merupakan sebuah peluang usaha yang sangat menjanjikan untuk perekonomian. Seperti usaha keripik talas UKM Asyifa Oleh-Oleh ini berawal hanya dengan modal yang kecil hingga bisa berkembang sampai sekarang.



Daftar Pustaka

- Assauri, 1993. Manajemen produksi dan operasi. Lembaga penerbit. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Direktorat Gizi Departemen Kesehatan. 1972. Daftar Komposisi Bahan Makanan. Bharata. Jakarta. 57pp
- Direktorat Gizi Depkes RI 1982. Daftar Komposisi Bahan Makanan. Bharata. Jakarta. 57pp
- Suhandi, H.Hanafiah, P.Harsono, 2020. Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng dengan Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 10 No.2.
- Muchtadi TR, Sugiyono. 1992. Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan. PAU. Bogor
- Parkinson S. 1984. The Contribution Of Aroid in The Nutrition of People In South. The International Society for Tropical Root Crops. Oweri.
- Soekartowi, 1995. Analisis Usaha Tani. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta
- Suhandi, H.Hanafiah, P.Harsono, 2020. Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng dengan Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 10 No.2.
- Susilawati,P.N. Zuraida Yursak, Sri Kurniawati, Andi Saryoko, 2021. Petunjuk Teknis Budidaya dan Pengolahan Talas Varietas Beneng. BPTP Banten. Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian.

