

PEMANFAATAN OLAHAN MBOTE MENJADI KERIPIK MBOTE DI DESA PABEAN SEDATI KABUPATEN SIDOARJO

Mufaizah¹, Yuliasutik², Sholehuddin³, Dwi Muniarti⁴, Rosikhul Islam⁵, Aris Nurullah⁶, Nihro Afandi⁷, Afif Amrullah⁸, Moh. Sueb⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Fakultas Agama Islam, Universitas Sunan Giri Surabaya
e-mail: mufaizah.unsuri@gmail.com

ABSTRAK

Tumbuhan mbote (talas) termasuk dalam jenis umbi – umbian yang tumbuh subur di Jawa, talas yang punya nama ilmiah Colocasia Esculenta diyakini sebagai tanaman asli dari Asia Tenggara dan India Selatan. Tanaman ini bisa tumbuh subur di sepanjang musim, jika dahulu talas diolah dengan cara direbus saja, kini sudah banyak olahan talas menjadi kue basah, kue kering hingga keripik mbote. Rumusan masalah yaitu 1). Bagaimanakah cara memperkenalkan keripik mbote kepada masyarakat 2). Bagaimana strategi penjualan keripik mbote di masa pandemic. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah untuk merubah mindset penjual tentang potensi mbote yang bisa dikembangkan dengan inovasi kekinian agar lebih menarik bagi konsumen dan mampu berdayasaing dalam sebuah kemasan yang baik. Metode kegiatan yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) merupakan model pendekatan dalam pengembangan masyarakat yang berbasis masalah dengan tujuan membawa perubahan (transformation) nilai sosial di masyarakat. Hasil yang ditemukan bahwa terdapat rasa putus asa bagi seorang pedagang mbote disaat musim pendami, semangat kerjanya menurun imbas dari situasi ekonomi yang tidak menentu Pada situasi seperti itu harus ada inovasi dan suntikan informasi bagi pedagang mbote agar bisa lepas dari situasi yang berakibat buruk bagi kondisi ekonomi keluarga. Kesimpulan PKM sebagai berikut: Membantu meningkatkan nilai ekonomis dari produksi keripik mbote agar lebih menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Meningkatkan rasa semangat pemilik usaha keripik mbote yang semula biasa saja menjadi lebih semangat untuk memproduksi.

Kata Kunci: Pemanfaatan, Olahan Mbote, Keripik Mbote

LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan salah satu negara yang beriklim tropis. Negara Indonesia sudah lama dikenal mempunyai kekayaan alam yang melimpah,¹ baik dari sektor pertanian, perikanan ataupun dari sektor perkebunan dan lain sebagainya. Sepeti di Desa Pabean Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, khususnya di Dusun Alastipis RT 04 RW 02 mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai petani yang bekerja dipersawahan

maupun diperkebunan yang dapat dilihat dari luasnya hamparan persawahan yang berada di wilayah tersebut. Hasil dari pertanian dan perkebunan pun beranekaragam mulai dari sayur-sayuran, buah-buahan, sampai ubi-ubian. Ubi-ubian merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki nutrisi dan karbohidrat yang cukup tinggi selain tanaman padi yang selama ini kita kenal. Tetapi ubi-ubian di Indonesia masih kurang mendapat perhatian, karena komoditi ini dihubungkan dengan kemiskinan. Padahal potensi ekonomi ubi-ubian cukup tinggi, antara lain sebagai bahan pangan.²

Mbothe adalah istilah lain yang populer untuk menyebut nama umbi dari tanaman talas diderah pulau Jawa khususnya. Kami tidak menemukan data untuk sebutan lain untuk umbi talas didaerah lain. Talas atau yang memiliki nama ilmiah *Colocasia Esculenta*, sebenarnya sudah banyak dibudidayakan diseluruh Dunia, dan diyakini merupakan tanaman asli India selatan dan Asia tenggara. Yang menarik, setiap kebudayaan menggunakan talas dengan cara yang sedikit berbeda. Kalau di Indonesia sendiri, mbothe biasa disajikan setelah direbus, namun seiring dengan perkembangan, kini sudah tersedia dalam bentuk olahan seperti keripik dan kue.³

Pada pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Di Desa Pabean Kecamatan Sedati khususnya di Dusun Alastipis RT 04 RW 02 menemukan salah satu ibu rumah tangga yang membuat olahan mbote menjadi salah satu camilan yaitu keripik mbote.

Di era yang sudah semakin canggih teknologi dunia dan juga banyaknya daya saing yang semakin ketat, para pelaku usaha harus memiliki ide kreatif dalam menarik konsumen agar usaha semakin maju dan juga tidak tertinggal dengan yang lain. Oleh karena itu, dalam kegiatan PKM ini mengambil program kerja “Pengembangan UMKM Keripik Mbote” untuk membantu lebih memajukan usaha yang sudah ada.

Meninjau dari uraian latar belakang di atas, maka dirumuskan suatu rumusan masalah yaitu 1). Bagaimanakah cara memperkenalkan keripik mbote kepada masyarakat 2). Bagaimana strategi penjualan keripik mbote di masa pandemic. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah untuk merubah mindset penjual tentang potensi mbote yang bisa dikembangkan dengan inovasi kekinian agar lebih menarik bagi konsumen dan mampu berdayasaing.

Label Keripik Mbote

 Kemasan Lama	 Kemasan Baru
---	--

Tabel Kemasan Keripik Mbote

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di laksanakan di Desa Pabean Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Metode kegiatan yang digunakan adalah metode Participatory Action Research (PAR)

Pelaksanaan kegiatan PKM diawali dengan konsolidasi dan koordinasi antara tim pengabdian dengan masyarakat sasaran serta perangkat Desa Pabean. Konsolidasi dan Koordinasi berhubungan dengan persiapan kegiatan baik untuk perijinan, menentukan lokasi kegiatan, penetapan waktu kegiatan, alat dan bahan yang digunakan serta jumlah masyarakat sasaran yang terlibat dalam kegiatan ini. Tim pengabdian selanjutnya melaksanakan tahapan pengumpulan data, dengan melakukan berbagai teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara terbuka dilaksanakan guna menggali potensi dan permasalahan yang ada pada masyarakat sasaran. Untuk tahap observasi tim PKM turun langsung ke lapangan/Desa agar dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat sasaran. Dalam tahap observasi ini selain observasi pada masyarakat sasaran, tim PKM juga melaksanakan observasi terhadap kondisi lingkungan baik kondisi sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang ada di Desa Pabean. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi lebih mengarah kepada dokumentasi kegiatan masyarakat sasaran, dan kondisi lingkungan serta dokumentasi berupa dokumen resmi seperti dokumen kependudukan, RPJM Desa dan dokumen lain yang mendukung pelaksanaan pengabdian.



Gambar 3. Wawancara Dengan Masyarakat Sasaran dan Perangkat Desa Setempat

Dari hasil observasi dan wawancara, tim PKM dapat merumuskan permasalahan yang di temukan pada masyarakat sasaran. Untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, maka tim PKM melaksanakan beberapa tahapan kegiatan, yaitu:

1. PREPARE

Deskripsi Kegiatan	Keterangan
Tujuan	Dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli hasil produksi keripik mbote.
Manfaat	Dapat meningkatkan nilai branding menjadi lebih menarik dari sebelumnya.
Waktu	Kamis, 12 Agustus 2021
Tempat	Dusun Alastipis Desa Pabean Kecamatan Sedati RT 04 RW 02.
Sasaran	Pemilik usaha mikro keripik Mbote.
Hasil yang di capai	Penulis menghasilkan label sebagai ciri khas baru produksi keripik mbote untuk lebih mudah di ingat oleh konsumen.

2. Mengamati Proses Pembuatan Keripik Mbote

Deskripsi Kegiatan	Keterangan
Tujuan	Mahasiswa mengetahui bagaimana proses produksi keripik mbote yang baik.
Manfaat	Mahasiswa KKN akan mendapat pengalaman yang sebelumnya belum dia dapatkan dari universitas.
Waktu	Sabtu, 14 Agustus 2021
Tempat	Dusun Alastipis Desa Pabean Kecamatan Sedati RT 04 RW 02.
Sasaran	Pemilik usaha mikro keripik Mbote dan mahasiswa KKN Desa Pabean.
Hasil yang di capai	Mahasiswa KKN Desa Pabean mendapat sebuah pengalaman baru dengan membantu proses produksi keripik mbote, dan sekaligus dapat mencoba untuk membuatnya bersama pemilik usaha mikro tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN
TANAMAN MBOTE

1. Pengertian Mbote/Talas

Mbothe adalah istilah lain yang populer untuk menyebut nama umbi dari tanaman talas diderah pulau Jawa khususnya. Kami tidak menemukan data untuk sebutan lain untuk umbi talas didaerah lain. Talas atau yang memiliki nama ilmiah *Colocasia Esculenta*, sebenarnya sudah banyak dibudidayakan diseluruh Dunia, dan diyakini merupakan tanaman asli India selatan dan Asia tenggara. Yang menarik, setiap kebudayaan menggunakan talas dengan cara yang sedikit berbeda. Kalau di Indonesia sendiri, mbothe biasa disajikan setelah direbus, namun seiring dengan perkembangan, kini sudah tersedia

dalam bentuk olahan seperti keripik dan kue.⁴

Tumbuhan mbote (talas) termasuk dalam jenis umbi – umbian yang tumbuh subur di Jawa, talas yang punya nama ilmiah *Colocasia Esculenta* diyakini sebagai tanaman asli dari Asia Tenggara dan India Selatan. Tanaman ini bisa tumbuh subur di sepanjang musim, jika dahulu talas diolah dengan cara direbus saja, kini sudah banyak olahan talas menjadi kue basah, kue kering hingga keripik mbote.

Mbote terlihat hampir sama seperti lobak dengan bentuk bulat dan kulit berserat, rata – rata setiap mbote memiliki bobot hingga dua kilogram. Ini memang jadi umbi pengganti nasi yang mengandung banyak senyawa organik, seperti karbohidrat, magnesium, kalium hingga vitamin kompleks, maka tidak mengherankan jika talas banyak ditanam sebagai selingan di pinggiran tanaman padi.⁵

Talas (Mbote) merupakan salah satu sumber karbohidrat yang termasuk kedalam umbi – umbian (seperti ubi kayu dan ubi jalar). Biasanya masyarakat kita mengkonsumsi talas hanya untuk camilan. Namun di beberapa daerah di Indonesia umbi talas ini dijadikan sebagai makanan pokok pengganti beras. Umbi yang rasanya cukup lezat ini biasa dimasak dengan cara digoreng, direbus, ataupun dikukus. Manfaat utama umbi talas adalah sebagai bahan pangan sumber karbohidrat. Bagian tanaman ini yang dapat dimakan yaitu umbi, tunas muda, dan batang daun. Selain itu umbi, pelepah, dan daun talas dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan, obat, maupun pembungkus makanan, sedangkan daun, kulit dan ampas umbinya dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Selain dapat digunakan sebagai bahan pangan talas juga digunakan untuk minuman. Akar rimpangnya jika difermentasikan dan ditambah gula serta semacam jagung (Kaffir corn) dan air akan menjadi sejenis bir.⁶

2. Kandungan Nutrisi / Gizi Talas (Mbote)

Umbi talas/mbote (*Colocasia Esculenta* L.) sangat potensial sebagai sumber daya karbohidrat murah sebagai pengganti nasi. Talas/mbote juga kaya akan nutrisi lain, seperti protein dan mineral esensial. Saat ini kebanyakan masyarakat mengkonsumsi nasi, roti, mie dan sereal sebagai sumber karbohidrat. Sebagian produk pertanian adalah bahan pangan impor sehingga harganya pun relatif mahal. Umbi-umbian seperti talas/mbote bisa menjadi alternatif untuk sumber kalori yang murah dan mudah didapat. Seperti halnya umbi-umbian yang lain, nutrisi terbanyak di dalam talas/mbote adalah karbohidrat.

Komponen karbohidrat di dalam talas/mbote berupa pati yang kandungannya mencapai 77,9 persen. Kandungan amilopektin yang tinggi di dalam talas/mbote menjadikan rasa dan tekstur talas/mbote menjadi lengket dan pulen seperti beras ketan. Kandungan nutrisi lain di dalam talas adalah protein. Dibandingkan dengan singkong dan ubi jalar, kandungan protein talas/mbote setingkat lebih tinggi. Setiap 100 g talas/mbote mengandung 1,9 g protein, sedangkan singkong mengandung 1,2 g dan ubi jalar 1,8 g. Kandungan protein di dalam talas/mbote mengandung beragam asam amino esensial namun rendah histidin, lisin, isoleusin, triptofan dan metion.

Umbi Talas/Mbote juga mengandung tinggi senyawa organik, mineral, dan vitamin yang sangat penting bagi kesehatan manusia. Hal ini yaitu banyak mengandung serat dan

karbohidrat, serta tinggi vitamin A, C, E, B6, dan folat, serta magnesium, besi, zinc, fosfor, kalium, mangan, dan tembaga. Juga menyediakan protein, walaupun tidak banyak.

3. Manfaat Bagi Tubuh

Salah satu jenis umbi yang sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia adalah talas/mbote. Jenis umbi yang satu ini memiliki nama latin *Colocasia Esculenta*. Talas/mbote termasuk jenis tumbuhan khas yang biasa dikreasikan menjadi beraneka ragam makanan bercita rasa lezat. Akan tetapi, dibalik itu semua ternyata talas/mbote juga memiliki banyak manfaat untuk kesehatan yang jarang diketahui.

Camilan keripik mbote milik Bude Parmi adalah salah satu produk baru di Desa Pabean Kecamatan Sedati khususnya di Dusun Alastipis. Keripik mbothe alias keripik talas ini nggak cuma sekedar renyah tapi juga kaya manfaat. Kalau kamu punya pengalaman yang nggak enak sama keripik talas seperti gatal di lidah, serik di tenggorokan, menggelitik perut, pusing kepala, dan sebagainya, kamu jangan pesimis dulu buat nyobain yang satu ini, Snackers. Sebab, Keripik Mbothe milik Bude Parmi ini diolah dari umbi talas berkualitas.

Keripik mbothe terbuat dari ubi talas yang kaya akan vitamin dan mineral penting. Ubi talas mengandung vitamin C dan karoten. Selain itu, juga mengandung berbagai nutrisi penting seperti zat besi, asam askorbat, niacin, fosfor, riboflavin, tiamin, zinc, mangan, natrium, potassium, tembaga, vitamin C, Vitamin B1, piridoksin, dan serat.

Berikut manfaat yang dimiliki oleh tanaman mbote bagi tubuh manusia, diantaranya yaitu :

a. Sebagai sumber energi

Karbohidrat kompleks yang terdapat di dalam ubi talas merupakan sumber kalori, yang dapat diubah menjadi energi oleh tubuh kita. Jadi, dapat digunakan sebagai makanan pokok selain nasi. Kalau makan ubi talas aja bisa kenyang, makan keripik mbothe pun demikian, Snackers. Kalau belinya sekarung pasti bikin kenyang dan energi kamu makin up.

b. Baik untuk penglihatan

Di dalam keripik mbothe, ada kandungan cryptoxanthin dan betakaroten, dimana keduanya merupakan antioksidan kuat. Antioksidan ini mencegah radikal bebas yang dapat memicu katarak atau degenerasi macula. Kandungan ini sebenarnya memiliki kadar yang lebih tinggi di dalam ubi talas rebus, tapi kalau dijadikan keripik bukan berarti nggak ada sama sekali manfaat ini. Ada, anyar saja tingkatnya masih satu level di bawah ubi talas rebus.

c. Mengatasi penyakit biduran

Terkejut nggak kamu kalau keripik mbothe bisa mengatasi penyakit biduran? Yup, jadi kalau kamu ada alergi terhadap udang dan olahan seafood kemudian menyebabkanmu biduran, keripik mbothe ini bisa kamu andalkan. Kalau susah banget nemu ubi talas rebus, kamu bisa sementara ngemil keripik mbothe buat mengatasi penyakit biduranmu, Snackers.

d. Mencegah penuaan dini

Vitamin E dan betakaroten yang dibawa oleh ubi talas nggak akan hilang meskipun ubi ini sudah diolah menjadi keripik talas atau keripik mbothe. Kedua zat ini berperan dalam regenerasi sel-sel kulit dan menjaga kesehatan tubuh secara menyeluruh.

Selain manfaat yang sudah diuraikan diatas, mbote/talas sebenarnya masih memiliki banyak lagi manfaat bagi kesehatan tubuh manusia.

PENGEMASAN / PACKAGING

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:275) kemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk. Bungkus atau kemasan yang menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hampir sama. Perbedaan tersebut akan terlihat dari label yang biasanya dalam kemasan produk.

Peluang usaha kripik akhir-akhir ini banyak dipilih oleh pengusaha tidak heran karena penggemarnya memang cukup banyak. Bukan hanya itu saja, cara membuatnya yang mudah dan juga modal yang dibutuhkan tidak mernguras kantong jadi alasan mengapa banyak pengusaha tergiur menjalankannya. Tapi bukan berarti tidak ada kendala, justru karna semakin banyak orang yang menjajaki usaha ini, persaingannya pun akan semakin ketat. Untuk itu diperlukan inovasi terbaru agar produk tidak tenggelam.

Banyak cara sebenarnya untuk dapat bertahan bahkan lebih unggul dari produk lainnya, seperti membuat inovasi rasa yang baru atau mengemas produk dengan desain unik yang dapat menarik perhatian pembeli. Untuk itu, tidak hanya produk saja yang harus unggul, kemasan pun juga perlu diperhatikan agar bisa bersaing di pasar lebih besar. Dan Tidak hanya harus menarik kemasan juga tidak boleh meninggalkan hal-hal penting yang perlu diperhatikan, di antaranya adalah :

- elemen-elemen visual seperti bentuk, gambar, tulisan serta warna.
- Material yang digunakan apakah itu kertas, plastic, gelas, kayu, atau material lainnya yang disesuaikan dengan produk.
- Identitas brand atau merek berupa logo, mascot, slogan, dan endorsement
- Informasi yang menjelaskan atau labelling, seperti data perusahaan, cara penyimpanan, cara pemakaian, manfaat produk, tanggal kadaluarsa, barcode, label halal, info/peringatan, serta authentication seal.

Jadi sebelum mendesain kemasan, pastikan material yang digunakan tepat untuk produk dan pada saat mendesain kemasan sertakan semua unsur-unsur di atas agar kemasan lebih ciamik.



Label Keripik Mbote



Tabel Kemasan Keripik Mbote

STRATEGI PEMASARAN

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran terdiri dari prinsip-prinsip dasar yang mendasari manajemen untuk mencapai tujuan bisnis dan pemasarannya dalam sebuah pasar sasaran, strategi pemasaran mengandung keputusan dasar tentang pemasaran, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. (Kotler, 2004:92).

Pengertian strategi pemasaran menurut Sofjan Assauri (2013:15) yaitu, serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Pada umumnya perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang melaksanakan konsep pemasaran yang berorientasi kepada konsumen.

2. Konsep Strategi

Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Tull dan Kahle (1990:6) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasukkan dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tertentu.

Menurut Corey (Dalam Dolan, 1991), strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling terkait. Kelima elemen tersebut adalah :

- Pemilihan Pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Keputusan ini didasarkan pada faktor-faktor :

- Persepsi terhadap fungsi produk
 - Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan yang lebih sempit.
 - Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada Trial and error dalam menanggapi peluang dan tantangan.
 - Kemampuan khusus yang berasal dari sumber daya.
- b. Perencanaan Produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian.
 - c. Penetapan Harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
 - d. Sistem Distribusi, yaitu saluran pemasaran grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
 - e. Promosi, yang meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing dan public relations.

3. Strategi Pemasaran di Masa Pandemi

Pandemi Covid-19 yang menimpa masyarakat kita saat ini berdampak pada berbagai sektor kehidupan. Salah satunya adalah sektor ekonomi. Pada kondisi pandemi Covid-19 ini, pemilik usaha harus tetap memutar otak untuk memastikan keuangan usahanya tetap sehat dan bisa bertahan dimasa sulit ini. Oleh karena itu di masa pandemi ini pelaku usaha dituntut untuk mengoptimalkan pemasaran online dan digital marketing sebagai sarana komunikasi dengan target konsumen.

Untuk dapat meningkatkan penjualan maka sebaiknya pemasaran dapat menerapkan program periklanan yaitu internet dengan pemasaran online. Dengan menerapkan program ini diharapkan dapat membantu UMKM mendapatkan keuntungan lebih.

Karena manfaat pemasaran online sangat berpengaruh besar terhadap penjualan. Pemasaran online terbukti sudah memberikan banyak manfaat bagi para penjual online, misalnya membantu untuk melakukan riset pasar sendiri.

Namun penggabungan antara pemasaran online dan offline adalah cara yang sangat baik. Akan tetapi manfaat pemasaran online tersebut bisa membantu untuk menciptakan strategi pemasaran secara tepat, bahkan dapat lebih sukses dari pemasaran offline.

Kemajuan teknologi informasi yang semakin global menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk. Orang-orang lebih memilih untuk belanja online melalui handphone diaplikasi belanja online daripada harus langsung mendatangi tempat perbelanjaan, tidak hanya belanja keperluan dapur atau kebutuhan pokok lainnya tapi untuk membeli makanan atau minuman yang siap saji juga saat ini orang-orang lebih memilih membeli secara online, karena selain caranya mudah, menghemat tenaga juga bisa diakses dimana saja dan kapan saja.

Selain dengan pemasaran online, strategi pemasaran yang dapat dilakukan UMKM yaitu dengan cara promosi oor to door, faktor pendukung dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif agar berjalan secara efektif dan efesien di antaranya adalah konsep promotion, yaitu dengan cara menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik konsumen agar mau membeli atau mengonsumsi barang atau jasa yang ditawarkan.



Gambar Proses pembuatan keripik mbote



Gambar Proses Pengemasan/Packaging



KESIMPULAN

Sesuai dengan tujuan pengabdian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Butuh waktu dan proses untuk merubah mindset pengusaha tentang potensi mbote agar terus berinovasi dan mampu berdayasaing.
2. Pengusaha keripik mbote membutuhkan sentuhan dari pihak luar agar terus berkomitmen untuk berusaha bangkit dan konsisten dengan pilihannya menjadi pengusaha UMKM keripik mbote.

DAFTAR PUSTAKA

Strategi Pemasaran di Masa Pandemi, Diakses di <https://www.bantennews.co.id/strategi-pemasaran-umkm-di-massa-pandemi/>, pada tanggal 03 Agustus 2021

Keripik Mbote Renyah dan Kaya Manfaat, Diakses di <http://www.arenafood.com/kuliner/keripik-mbothe-cap-laba-laba-renyah-dan-kaya-manfaat/>, pada tanggal 02 September 2021

Ide Kemasan yang Menarik, Diakses di <https://goukm.id/ide-kemasan-keripik-yang-menarik/>, pada tanggal 02 September 2021

Pengertian, Fungsi dan Indikator Kemasan/Packaging, Diakses di <https://www.kitapunya.net/pengertian-fungsi-dan-indikator-kemasan-packaging/>, pada tanggal 02 September 2021

Kandungan Nutrisi Mbote Umbi Talas dan Manfaatnya, Diakses di <https://www.tipscaramanfaat.com/kandungan-nutrisi-mbothe-umbi-talas-dan-manfaatnya-2440.html>, pada tanggal 28 Agustus 2021

Ringkasan Eksekutif Dampak Sosial Ekonomi Covid 19 Terhadap Rumah Tangga dan Rekomendasi Diakses di <https://smeru.or.id/id/content/ringkasan-eksekutif-dampak-sosial-ekonomi-covid-19-terhadap-rumah-tangga-dan-rekomendasi>, pada tanggal 28 Agustus 2021

Tumbuhan Mbote Talas dan Kandungan Serta Manfaat, Diakses di <http://www.keripikmbote.com/2017/11/tumbuhan-mbote-talas-dan-kandungan-manfaat.html>, pada tanggal 01 September 2021

Kandungan Gizi dan Manfaat Umbi Talas, Diakses di <https://permathic.blogspot.com/2013/07/kandungan-gizi-dan-manfaat-umbi-talas.html>, pada tanggal 01 September 2021

Sumber Karbohidrat Umbi Talas, Diakses di <https://sahabatnestle.co.id/content/gaya-hidup-sehat/umbi-talas-sumber-karbohidrat-murah-pengganti-nasi.html>, 02 September 2021

Manfaat Tanaman Mbote, Diakses di <http://www.keripikmbote.com/2017/11/manfaat-tanaman-mbote-untuk-kesehatan.html>, pada tanggal 02 September 2021

Manfaat Talas/Mbote untuk Kesehatan Tubuh, Diakses di <https://www.lemonilo.com/blog/7-manfaat-talas-untuk-kesehatan-yang-belum-banyak-diketahui>, pada tanggal 02 September 2021

Pengertian Strategi Pemasaran, Diakses di <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html>, pada tanggal 02 September 2021

Raharjo Tri Weda dan Herrukmi, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata* (Surabaya : CV Jagad Publishing, 2019) hal. 39-40

Raharjo Tri Weda dan Herrukmi, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata* (Surabaya : CV Jagad Publishing, 2019) hal. 41-42

Hilmi Nurcahya, *Budi Daya dan Cara, Olah Talas untuk Makanan dan Obat*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal.1

Ridhani Agustia, dkk, Januari 20016. "*Studi Pembuatan Kerupuk Tape Umbi Talas*", Jurnal Rekayasa Pangan dan Pert, Vol. 4 No. 3, hal 1