

Krila "Keripik Kelapa Muda"

Arismaya Wahyu Kurniasari¹⁾, Karina Muji Lestari²⁾, Varra Fauziah Ismuningrum²⁾, Abdul Latif²⁾, Rahadiyan Setya Utama³⁾

¹Teknologi Informasi dan Komputer, Vokasi, Universitas Brawijaya

²Manajemen Informatika, Vokasi, Universitas Brawijaya

³Perpajakan, Vokasi, Universitas Brawijaya
email: arismaya94@yahoo.com
email: karinamuji12@yahoo.com
email: varra.fauziah20@gmail.com
email: latif.cz@gmail.com
email: dith.note@yahoo.com

Abstract

Coconut is a kind of fruits which has many benefits from almost all of its parts. Unfortunately, coconut processing for consumption is somehow monotonous, especially its flesh. The white flesh of coconut is commonly used in beverages, pudding as well as cakes. The monotonous foods and beverages made of young green coconut flesh may make people get bored. This has encouraged us to make innovation in consuming coconut flesh that is by making coconut crispy chips (KRILA: Keripik Kelapa Muda). The process in making coconut crispy chips is done by using vacuum fryer, that is a kind of vacuum frying device which can keep nutrition of the coconut flesh and keep its color remain the same. The presence of KRILA is expected to give innovation in culinary related to green coconut as well as broaden job vacancy for people particularly in Malang. In order to introduce KRILA to society, several ways are done such as by distributing brochure in tourism places, campus and other public places around Veteran street; giving tester to people in those strategic places to know the society's favorite flavor of KRILA as well as get comment about KRILA, and doing socialization to the society. KRILA has been sold through several ways such as doing direct selling in tourism places, campus, and Veteran street; selling via BBM; and having cooperation with some stores (Toko Karina, Toko Andika, dan Toko Intan).

Keywords : Sour-sop leaves, amplitude response, sensitivity, medical radiography

1. PENDAHULUAN

Saat ini di kota Malang, salah satu peluang usaha yang masih terbuka lebar adalah usaha di bidang makanan ringan. Hal ini dilihat dari tingginya tingkat konsumsi masyarakat dan banyaknya tempat wisata yang ada di Malang. Oleh karena itu, kami mengajukan proposal tentang usaha pembuatan "KRILA" (Keripik Kelapa Muda), dikarenakan pengolahan kelapa muda masih terbatas seperti es kelapa muda dan pudding kelapa muda sedangkan untuk keripik kelapa muda masih sangat jarang ditemui.

Dengan adanya produk keripik kelapa muda ini diharapkan dapat 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 akan terciptanya lapangan pekerjaan baru.

Tujuan dari kegiatan PKM-K tentang usaha pembuatan "KRILA" (Keripik Kelapa Muda) ini adalah dapat meningkatkan pemanfaatan dari kelapa muda dan menjadi salah satu alternatif peluang usaha sehingga akan terciptanya lapangan pekerjaan baru.

2. METODE PENELITIAN

Tempat PKM Kewirausahaan Usaha pengembangan "KRILA" bertempat di Jalan Sanan Gang 5A No. 7 Malang dan produksi bertempat di daerah Tiroyudo Malang. Alat dan Bahan yang disiapkan untuk pembuatan Krila yaitu vacuum fryer, mesin pendingin, neraca, mesin press, pengerok kelapa muda, kelapa muda, gula, dan bumbu rasa makanan.

Adapun metode yang digunakan dalam pembuatan Krila antara lain pemilihan kelapa muda, pemotongan daging kelapa muda, pendinginan, penggorengan menggunakan vacuum fryer, penirisan minyak menggunakan mesin spinner, pencampuran bumbu rasa makanan, penimbangan berat kemasan, dan pengemasan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari program yang dilaksanakan, maka dihasilkan suatu produk inovatif berupa Keripik kelapa muda "Krila" yang dapat menjadi daya saing masyarakat untuk para wisatawan serta dapat meningkatkan daya

jual dari kelapa muda itu sendiri. Dibawah ini merupakan Produksi dan Hasil Penjualan serta Grafik Penjualan mulai dari bulan Maret – Agustus :

Tabel 1. Produksi dan hasil penjualan.

No	Produksi	Jumlah	Tahap Produksi	Hasil penjualan
1.	Tahap 1	Keripik KRILA 25 Bungkus Kemasan 100 gr	Produksi Telah Selesai	Penjualan dialokasikan ke Toko Andika dan Toko Karina, dan telah terjual 7 bungkus.
2.	Tahap 2	Keripik KRILA 30 Bungkus Kemasan 100 gr	Produksi Telah Selesai	Penjualan dialokasikan ke Pasar Minggu, Sengkaling, dan Stasiun, dan telah terjual 10 bungkus
3.	Tahap 3	Keripik KRILA 46 Bungkus Kemasan 100 gr	Produksi Telah Selesai	Penjualan dialokasikan ke Kampus, dan Rampal, dan telah terjual 5 bungkus.
4	Tahap 4		Produksi telah selesai	

Dari rencana awal, bulan pertama ditargetkan untuk persiapan, sosialisasi, menawarkan kerja sama, produksi, dan pengiriman barang. Kemudian bulan kedua, ketiga, dan keempat ditargetkan untuk sosialisasi, menawarkan kerja sama, produksi, dan pengiriman barang. Tetapi realita pencapaian target sebagai berikut akan dijelaskan.

Pada bulan pertama ketercapaian target mencapai tahap persiapan dan menawarkan kerja sama. Kemudian untuk bulan kedua, mencapai tahapan produksi, sosialisasi, dan pengiriman produk. Pada bulan ini menghasilkan 16 bungkus KRILA dan berhasil terjual sebanyak 3 bungkus KRILA. Untuk bulan ketiga ini sebagai bulan yang paling tidak produktif. Target untuk menghasilkan produksi terhambat sehingga tidak ada perkembangan berarti. Selain itu ketidak konsistenan ketersediaan alat memberikan nilai negatif pada perkembangan produksi KRILA. Untuk bulan keempat, meskipun sudah bulan akhir perkembangan KRILA mulai naik kembali. Pada bulan ini dalam satu minggu dilakukan dua kali produksi, dua kali pengiriman produk, dan dua kali sosialisasi. Pada bulan keempat menghasilkan 77 bungkus KRILA dan terjual sebanyak 25 bungkus.

Untuk rencana tahapan berikutnya, akan diusahakan mempunyai mesin vacuum fryer sendiri sehingga dapat menekan biaya produksi. Dengan adanya mesin sendiri maka dapat mengurus Perijinan Industri Rumah Tangga (PIRT) sehingga dapat memasarkan

produk lebih luas lagi serta untuk pembelian kelapa muda akan membeli langsung dari petani kelapa yang ada di kota Dampit, sehingga dapat menekan biaya produksi.

Dari segi pemasaran kedepan akan dilakukan penambahan promosi secara online dan promosi ke tempat – tempat wisata lainnya, yang diharapkan akan memperluas pemasaran produk KRILA. Selain promosi secara online dilakukan juga lebih banyak kerjasama dengan mitra kerja

4. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan yang kami lakukan dapat disimpulkan bahwa telah diproduksi 131 bungkus krila dan sampai dengan bulan Agustus terjual sebanyak 77 bungkus dalam 100 gram kemasan. Awalan area pemasaran terbagi atas 2 wilayah, internal (dalam lingkup UB) dan eksternal (Kota Malang dan sekitarnya). Sedangkan media pemasarannya meliputi brosur dan proposal kerjasama dengan institusi ataupun organisasi. Pangsa pasar untuk produk KRILA sangat terbuka luas karena pangsa pasar ini masih belum ada dan terfokus pada produk yang masih jarang ditemui dan inovatif.