

## **KRIBOU (Keripik dan Bolu Uwi) Aneka Rasa Inovasi Cemilan Sehat Khas Luwu**

**Bahraini<sup>1</sup>, Diana<sup>2</sup>, Feby Nawas<sup>3</sup>, Ritna<sup>4</sup>, Herni Salonga<sup>5</sup>, Aswidy Wijaya Cipta<sup>6</sup>**

---

### **Keywords :**

Keripik;  
Bolu;  
Uwi.

### **Correspondensi Author**

Bimbingan Konseling, STKIP  
Muhammadiyah Palopo  
Jl. Jend. Sudirman KM 3, Palopo  
Email:  
[aswidywijayacipta@stkipmpalopo.ac.id](mailto:aswidywijayacipta@stkipmpalopo.ac.id)

### **History Artikel**

*Received:* Juni-2018;

*Reviewed:* Juli-2018

*Accepted:* Agustus-2018

*Published:* Agustus-2018

**Abstrak.** *Walenrang Utara adalah salah satu Kecamatan yang terletak di Kabupaten Luwu, Propinsi Sulawesi Selatan. Selain potensi pertanian masyarakat Walenrang Utara memiliki lahan tanah perkebunan yang sangat subur yang mampu menghasilkan uwi kualitas super. Kecamatan Walenrang Utara menghasilkan Uwi yang merupakan hasil alam yang sangat luar biasa potensinya untuk peningkatan ekonomi apabila diolah menjadi panganan maupun cemilan yang sehat. Uwi tumbuh subur secara sporadis di pekarangan warga dan tidak memerlukan perawatan. KriBoU merupakan inovasi cemilan sehat berbahan dasar dari Uwi menjadi keripik dan bolu. Dengan bertujuan untuk memperkenalkan olahan berbahan dasar Uwi dijadikan oleh-oleh khas dari Luwu dengan harapan bisa disukai oleh semua kalangan. Metode pemasaran yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan media sosial yaitu Facebook dan WhatsApp yang mana media sosial tersebut memberikan informasi mengenai produk-produk KriBoU dan di media sosial tersebut para pelanggan bisa memesan barang. Metode pelaksanaan ide terbagi atas 3 waktu yaitu pra-fabrikasi keripik dan bolu, fabrikasi keripik dan bolu, mulai membuka dan memproduksi keripik dan bolu serta memasarkan keripik dan bolu. Luaran yang diharapkan adalah; jurnal ilmiah dan publikasi pada media cetak, keripik uwi aneka rasa, kue bolu aneka rasa, dan keterlibatan mahasiswa dalam menggerakkan kewirausahaan.*



*This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License*

## **PENDAHULUAN**

Uwi (*Dioscorea spp.*) adalah tanaman pangan pokok berpati yang sangat penting dalam pertanian tropika dan sub tropika karena tanaman ini menunjukkan siklus pertumbuhan yang kuat (Afidin dkk, 2014). Peningkatan kontribusi jenis tanaman umbi-umbian sebagai sumber pangan alternatif

dalam pemenuhan kebutuhan pangan berkualitas dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap ketahanan pangan dan kualitas sumberdaya masyarakat berpenghasilan rendah (Sibuea dkk, 2014). Saat ini keberadaan uwi lokal di Indonesia mulai tergusur. Keengganan petani untuk menanam uwi disebabkan nilai ekonomi yang rendah dan belum tereksplorasinya manfaat

dari uwi(Hapsari, 2014). Walenrang Utara adalah salah satu Kecamatan yang terletak di Kabupaten Luwu, Propinsi Sulawesi Selatan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dalam buku *Kabupaten Luwu dalam Angka (2017)*, secara geografis Walenrang Utara terletak dibagian utara Ibukota Kabupaten Luwu (Belopa).

Potensi yang dimiliki Walenrang Utara adalah pertanian, khususnya lahan persawahan. Selain potensi pertanian masyarakat Walenrang Utara memiliki lahan tanah perkebunan yang sangat subur yang mampu menghasilkan uwi kualitas super. Kecamatan Walenrang Utara menghasilkan Uwi yang merupakan hasil alam yang sangat luar biasa potensinya untuk peningkatan ekonomi apabila diolah menjadi panganan maupun cemilan yang sehat. Uwi tumbuh subur secara sporadis di pekarangan warga dan tidak memerlukan perawatan. Kandungan nutrisi uwi lebih baik dibanding umbi-umbian lainnya seperti kentang, ubi jalar dan ubi kayu. Uwi berpotensi menjadi pangan alternatif yang menyehatkan, terutama untuk mereka yang menerapkan diet ketat atau penderita diabetes. Sayangnya, potensi uwi belum dimaksimalkan (Fauziah, 2017).

Kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat Luwu tentang potensi uwi yang mampu mengangkat perekonomian masyarakat setempat maka kami dari mahasiswa STKIP Muhammadiyah Palopo program studi Bimbingan Konseling terinspirasi untuk berinovasi membudidayakan produk olahan kripik dan bolu berbahan dasar uwi menjadi cemilan sehat khas dari Luwu agar dikenal luas oleh masyarakat.

Wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya atau hidupnya untuk mandiri dalam menjalankan kegiatan usaha atau hidupnya (Alma, 2007). Dengan melihat potensi SDA di Indonesia yang begitu beraneka ragam, kami mencoba untuk berkreasi dengan membuat olahan berbahan dasar uwi menjadi cemilan kripik dan bolu yang tentunya kami berharap bias menjadi komoditi baru khususnya di kecamatan Walenrang Utara.

Melihat banyaknya potensi Uwi di Walenrang Utara dan tidak dimanfaatkan

oleh warga, maka kami mengusulkan PKM-Kewirausahaan berjudul “KriBoU (Keripik dan Bolu Uwi) Aneka Rasa Inovasi Cemilan Sehat Khas Luwu” yang diharapkan akan meningkatkan nilai ekonomis Uwi, meningkatkan ketahanan pangan berbasis pangan lokal, memasyarakatkan bahan makanan non-beras. Untuk itu kami memilih membuat olahan makanan berbahan dasar uwi ini menjadi kripik dan bolu untuk dijadikan oleh-oleh khas dari Luwu khususnya di Kecamatan Walenrang Utara. Keunggulan yang membuat produk ini unik adalah karena di Luwu sendiri belum ada yang mengolah bahan makanan ini menjadi kripik dan bolu sehingga berpotensi untuk memperkenalkan kearifan lokal di sektor kuliner.

## **METODE**

Metode yang dilakukan untuk melaksanakan ide produk ini, dilihat dari 3 (tiga) waktu, yaitu : (1) Pra-fabrikasi Keripik dan Bolu dan (2) Fabrikasi Keripik dan Bolu

### **Pemasaran KriBoU**

Tim Pengusul akan menetapkan teori marketing 4P, yaitu :

#### *a. Product*

Produk yang akan dihasilkan adalah kripik dan kue bolu aneka rasa. Produk tergolong masih baru dan belum memiliki kompetitor.

#### *b. Price*

Produk yang berkualitas, akan menentukan harga yang sesuai dengan desain dari permintaan pembeli.

#### *c. Place*

Tempat usaha yang sangat strategis akan dipilih untuk memasarkan produk hasil dari usaha kami.

#### *d. Promotion*

Penawaran akan dilakukan secara masif untuk menarik minat pembeli. Pemasaran Keripik dan Bolu dilakukan dengan metode operasional sosial media *Facebook* dan *WhatsApp*. Selain itu, digunakan pula metode jual langsung ke konsumen dengan suatu katalog produk.

*Product, price, place, dan promotion* harus terintegrasi sedemikian rupa sehingga menunjang suatu identitas merek(Haryanto, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pra-fabrikasi Keripik dan Bolu

Dalam tahap ini, penulis akan melakukan beberapa kegiatan untuk inisiasi pembuatan keripik dan bolu yang dimulai dari survey pasar. Dalam survey ini, tercakup kegiatan survey bahan (uwi, dll), survey pasar (mengenai desain yang menarik bagi pembeli secara *customize*. Selain itu, penulis pun akan membeli beberapa keperluan yang dibutuhkan untuk fabrikasi keripik dan bolu, seperti bahan bumbu, peralatan penunjang dan lainnya.

### 2. Fabrikasi Keripik dan Bolu

Pada tahap ini, awalnya akan dibuat produk berbagai varian rasa dari tiap-tiap keripik dan bolu sesuai dengan *positioning* (mencari posisi dalam pasar) Keripik dan Bolu ini. Varian rasa juga dibuat berdasarkan rencana yang diusung. Jadi dalam tahap ini fabrikasi keripik dilakukan dengan cara:

- 1) Uwi dikupas lalu diparut,
- 2) Kemudian direndam dengan air garam dan sedikit kapur sirih selama 30 menit,
- 3) Tiriskan lalu jemur beberapa jam hingga kering,
- 4) Lalu uwi siap untuk digoreng.

Fabrikasi kue bolu aneka rasa akan dilakukan minimal dengan melalui 9 (sembilan) tahapan, yakni:

- 1) Kukus uwi untuk mendapatkan tekstur yang halus;
- 2) Kemudian pecahkan 5 butir telur lalu di kocok dengan segelas gula pasir hingga mengembang;
- 3) Tambahkan vanili dan pengembang adonna secukupnya;
- 4) Larutkan mentega lalu campur kedalam adonan;
- 5) Masukkan uwi yang sudah dihaluskan terlebih dahulu sambil terus dikocok;
- 6) Lalu tambahkan segelas tepung terigu aduk hingga tercampur rata;
- 7) Oleskan mentega pada loyang supaya adonan tidak lengket;
- 8) Panggang sekitar 20 menit,
- 9) Bolu siap disajikan.

### 3. Mulai Membuka dan Memproduksi Keripik dan Bolu

Pada tahap ini mahasiswa pengusul memulai membuka pesanan dan siap untuk memproduksi keripik dan bolu dari uwi

kepada pembeli.

### Penjualan

Penjualan KriBoU sangat merespon antusias masyarakat untuk mencoba olahan cemilan berbahan dasar uwi ini. Harga jual untuk keripik satuan 500 gr adalah Rp. 15.000,- dan satu talang kue bolu adalah Rp. 45.000 ,,-.

Penjualan keripik mendapatkan hasil Rp. 4.650.000,- dari total 310 bungkus terjual dengan modal Rp. 1.071.000,- maka didapatkan keuntungan sebesar Rp. 2.913.000,-. Untuk penjualan bolu mendapatkan hasil Rp. 3.150.000,- dari total 70 talang bolu terjual dengan modal Rp. 2.059.500,- maka didapatkan keuntungan sebesar Rp. 1.090.500,-.

Keuntungan yang didapatkan dari hasil penjualan KriBoU akan kami pergunakan sepenuhnya untuk melanjutkan usaha ini supaya menjadi mata pencaharian bagi Tim kami.

### Ketercapaian target luaran

Ketercapaian target luaran dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 1** : Tabel target luaran

No.	Target	Ketercapaian target 100%	
		Terlaksana	Belum Terlaksana
1	Survey pasar	100 %	-
2	Pemenuhan alat dan bahan	80%	20%
3	Tempat produksi	100%	-
4	Pelaksanaan produksi	70%	30%
	Pemasaran	70%	30%
5	a. Display produk	70%	30%
	b. Sosial media	50%	50%
	c. Brosur, katalog harga	100%	-
	d. Perluasan ke kota Lain	20%	80%
6	Laporan	80%	20%
<b>Tingkat Pencapaian</b>		<b>88%</b>	<b>12%</b>

### Potensi pengembangan usaha

Terkait minimnya pesaing serta masih melimpahnya uwi dan juga antusias konsumen atau sasaran pasar yang berada di

Kabupaten Luwu dan Kota Palopo maka kami tetap berinisiatif untuk terus memproduksi produk KriBoU. Dapat dilihat juga pada hasil penjualan yang kami lakukan baik itu di pasar maupun warung. Kami yakin dan percaya bahwa PKM-Kewirausahaan yang kami usung akan berkembang menjadi usaha yang menjanjikan bagi tim kami.

Sejalan dengan itu kami akan terus berupaya untuk menjaga kualitas rasa dan mutu dari produk kami, sehingga konsumen akan terus percaya dan selalu puas. Harapan terbesar bagi tim kami semoga olahan cemilan dari uwi ini bisa dijadikan komoditi baru dan oleh-oleh khas dari Walenrang Utara.



*pengambilan bahan baku Uwi*



*Gambar 2: Pra Fabrikasi*



*Gambar 3 dan 4 : Proses Pabrikasi Keripik dan Bolu*



*Gambar 4 dan 5 : Pengemasan KriBoU (Keripik dan Bolu Uwi)*

## SIMPULAN DAN SARAN

Suksesnya olahan dari produksi kami apabila produk yang terjual minimal laku sebanyak 310 bungkus untuk keripik dan 44

talang kue untuk bolu uwi. Meskipun kenyataannya di pasar untuk penjualan bolu melampaui target penjualan sebanyak 70 bolu.

Dana awal untuk melaksanakan kegiatan PKM ini adalah Rp. 7.000.000,- rupiah dengan pengeluaran dana untuk produksi beserta kegiatan Money di Makassar tanggal 5-6 Juli 2018 sebesar Rp. 6.100.000, maka saldo tersisa sampai saat ini adalah Rp. 2.007.000.

Kami yakin dan percaya bahwa PKM-Kewirausahaan yang kami usung akan berkembang menjadi usaha yang menjanjikan bagi tim kami. Sejalan dengan itu kami akan terus berupaya untuk menjaga kualitas rasa dan mutu dari produk kami, sehingga konsumen akan terus percaya dan selalu puas. Harapan terbesar bagi tim kami semoga olahan cemilan dari uwi ini bisa dijadikan komoditi baru dan oleh-oleh khas dari Walenrang Utara.

Untuk saat ini kami sedang memasukkan hasil PKM kami ke jurnal pengabdian masyarakat (CARADDE) dari *journal.ilinstitute.com*.

Dengan telah berjalannya usaha ini terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki. Salah satu hal yang harus diperbaiki kedepannya adalah mempertahankan cita rasa dan menambah varian rasa baik dari produk keripik dan bolu serta sosialisai produk sehingga tidak hanya khas di Walenrang Utara tapi bisa sebagai oleh-oleh khas Luwu.

## DAFTAR PUSTAKA

Afidin, M. N., Hendrawan, Y., Yulianingsih, R. 2014. *Analisis Sifat Fisik dan Kimia Tepung Uwi*. Jurnal Keteknik Pertanian Tropis dan Biosistem, (2) 1: 297-303.

Buchari, A. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.

Fauziah. 2017. Menggali Potensi Uwi, Umbi yang Kaya Khasiat. (online). <http://lipi.go.id/lipimedia/Menggali-Potensi-Uwi-Umbi-yang-Kaya-Khasiat/19356>. (diakses 28 Mei 2018)

Hapsari, R. T. 2014. *Prospek Uwi Sebagai Pangan Fungsional dan Bahan Diversifikasi Pangan*. Buletin Palawija, 27: 26-38.

Haryanto, J. O. 2017, *BEYOND MARKETING: Growth & Sustainability*. Jakarta: KPG.

Sibuea, S. M., Kardhinata, E. H., Ilyas, S. 2014. *Identifikasi dan Inventarisasi Jenis Tanaman Umbi-Umbian yang Berpotensi Sebagai Sumber Karbohidrat Alternatif di Kabupaten Serdang Bedagai*. Jurnal Online Agroekoteknologi, (2) 4: 1408-1418

Tim BPS Kabupaten Luwu. 2017. *Kabupaten Luwu dalam Angka 2017(Luwu Regency In Figures)*. Luwu: BPS Kabupaten Luwu.