

Pemberdayaan UMKM desa melalui inovasi keripik *Dangke*: Varian rasa baru dan kemasan siap pasar

Mahyudin*, Nur Fajrianti D, Sitti Aisyah Abdullah, Nur Fadilah, Ifa Nurasykin, Muh. Sofyan, Harianto, Aisyah, Farida, Andi Ahmad Saugi Suloengka

Universitas Muhammadiyah Parepare

*e-mail korespondensi: mahyudinn02@gmail.com

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Dusun Pudukku, Desa Pundi Lemo, Kabupaten Enrekang melalui inovasi produk keripik *dangke* berupa pengembangan varian rasa baru dan desain kemasan siap pasar. *Dangke*, sebagai produk olahan susu lokal, selama ini hanya dijual dalam bentuk mentah tanpa nilai tambah. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini melibatkan 15 pelaku UMKM dalam pelatihan teknis pembuatan keripik *dangke* dengan varian rasa original, pedas manis, jeruk nipis, dan daun bawang, serta pelatihan desain dan produksi kemasan menggunakan plastik PP *standing pouch* dengan label informatif. Hasil uji organoleptik oleh 50 panelis menunjukkan bahwa varian pedas manis memperoleh skor tertinggi dalam aspek rasa dan aroma. Inovasi kemasan juga mendapat respon positif dengan skor rata-rata 3,8, menunjukkan peningkatan persepsi kualitas produk. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pendapatan mitra sebesar 25% dan mendorong transformasi usaha dari produk mentah ke produk siap konsumsi. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan kemasan secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM lokal.

Kata kunci: *dangke*; inovasi produk; kemasan; keripik; UMKM.

ABSTRACT

This community engagement program aims to empower MSMEs in Dusun Pudukku, Pundi Lemo Village, Enrekang Regency through product innovation of dangke chips by developing new flavor variants and market-ready packaging. Dangke, a traditional local dairy product, has traditionally been sold in raw form with limited added value. Through a participatory approach, the program involved 15 MSME actors in technical training on dangke chip production with flavor variants including original, sweet-spicy, lime, and scallion, as well as packaging design using labeled PP standing pouches. Organoleptic testing by 50 local panelists showed that the sweet-spicy variant received the highest score in flavor and aroma. Packaging innovation also received a favorable response with an average score of 3.8, indicating improved consumer perception. This initiative increased partner income by 25% and facilitated a business transformation from raw to ready-to-eat products. The findings demonstrate that product and packaging innovations significantly enhance the competitiveness of local MSMEs.

Keywords: *chips; dangke; MSMEs; packaging; product innovation.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam menggerakkan ekonomi desa dan menciptakan lapangan kerja berbasis potensi lokal (Ainun & Suherman, 2020). Salah satu potensi unggulan yang dimiliki oleh masyarakat Dusun Pudukku, Desa Pundi Lemo, Kecamatan Cendana, Kabupaten Enrekang adalah produksi *dangke* merupakan produk olahan susu tradisional yang menyerupai keju lokal.

Dangke dihasilkan dari koagulasi susu sapi menggunakan getah pepaya dan telah menjadi komoditas turun-temurun bagi masyarakat setempat (Arum et al., 2014; Musra et al., 2021; Anugrah & Fitrayani, 2021). Meskipun memiliki cita rasa khas dan kandungan nutrisi tinggi, produk ini umumnya dijual dalam bentuk mentah tanpa diversifikasi atau pengemasan yang menarik (Nurhaedah et al., 2020). Kondisi ini tentu dapat menyebabkan nilai jual dan ketergantungan masyarakat terhadap harga pasar yang fluktuatif.

Berdasarkan observasi lapangan dan wawancara bersama pelaku UMKM *dangke*, ditemukan bahwa tantangan utama dalam pengembangan usaha adalah keterbatasan inovasi produk dan minimnya strategi pemasaran. Produk *dangke* dijual secara konvensional dalam kemasan plastik polos tanpa label atau identitas produk, sehingga menyulitkan untuk menembus pasar yang lebih luas. Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen yang cenderung menyukai produk siap konsumsi dengan varian rasa yang unik dan dikemas secara menarik membuka peluang besar untuk mengembangkan produk olahan berbasis *dangke*.

Pengolahan *dangke* menjadi keripik merupakan salah satu inovasi yang telah mulai diperkenalkan oleh masyarakat (Nurhaedah et al., 2020). Namun, produk tersebut masih terbatas pada varian rasa original dan belum mengalami pengembangan lanjutan dari segi cita rasa, bentuk kemasan, maupun strategi branding. Melalui pendekatan pemberdayaan berbasis partisipatif, inovasi dalam bentuk pengembangan varian rasa baru dan kemasan siap pasar diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, serta menambah nilai ekonomi bagi pelaku UMKM lokal.

Dalam konteks pengembangan UMKM, diversifikasi produk menjadi faktor krusial yang tidak hanya berperan dalam menarik minat konsumen, tetapi juga dalam membangun identitas merek yang kuat (Suwarsi et al., 2021). Varian rasa baru pada keripik seperti rasa pedas manis, jeruk nipis, dan daun bawang menawarkan pengalaman sensorik yang lebih beragam dan mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas (Rahman, 2021). Sementara itu, kemasan yang informatif, higienis, dan menarik menjadi elemen penting dalam meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalitas produk (Syahriati, 2015; Ikhsani et al., 2021). Kedua aspek tersebut sangat erat kaitannya dengan strategi pemberdayaan masyarakat desa melalui peningkatan kapasitas produksi, pelatihan teknis, serta penguatan literasi pemasaran digital (Singapurwa et al., 2021).

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk menjawab kebutuhan mitra UMKM di Dusun Pudukku melalui pendekatan terstruktur yang mencakup pelatihan pembuatan keripik *dangke* dengan berbagai varian rasa, desain dan produksi kemasan siap pasar, serta strategi pemasaran berbasis media sosial. Inovasi ini diharapkan tidak hanya menghasilkan produk unggulan yang memiliki nilai jual tinggi, tetapi juga meningkatkan kompetensi teknis dan manajerial mitra dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian ini memfokuskan pada inovasi produk dan strategi pemberdayaan mitra UMKM berbasis potensi lokal melalui pengembangan varian rasa baru pada produk keripik *dangke* yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, perancangan desain kemasan yang memenuhi standar pasar modern serta mencerminkan identitas lokal, pelatihan teknis dan pendampingan produksi dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat, serta pengenalan strategi pemasaran digital guna memperluas jangkauan distribusi produk. Secara umum, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM Desa Pundi Lemo melalui inovasi varian rasa keripik *dangke* dan kemasan siap pasar yang mendukung keberlanjutan usaha.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Dusun Pudukku, Desa Pundi Lemo, Kecamatan Cendana, Kabupaten Enrekang, selama bulan Agustus hingga September 2021. Lokasi ini dipilih karena merupakan sentra produksi *dangke* tradisional yang memiliki potensi besar untuk inovasi produk olahan. Sebanyak 15 pelaku UMKM lokal dilibatkan secara aktif dalam kegiatan ini. Pendekatan partisipatif diterapkan agar seluruh proses inovasi, yaitu dari

perencanaan, pelatihan, hingga evaluasi, dan dilakukan secara kolaboratif, sehingga hasil kegiatan relevan dan berkelanjutan.

Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan diskusi bersama mitra untuk mengidentifikasi permasalahan utama dalam usaha keripik *dangke*, terutama terkait keterbatasan varian rasa dan desain kemasan. Selanjutnya, dilakukan pelatihan teknis pembuatan keripik *dangke*, yang mencakup proses pembuatan *dangke* dari susu sapi segar, teknik pemotongan tipis (2 mm), proses penggorengan hingga kering renyah, serta pemberian varian rasa seperti original, pedas manis, jeruk nipis, dan daun bawang.

Setelah tahap produksi, kegiatan dilanjutkan dengan desain dan produksi kemasan produk menggunakan bahan plastik PP (*Polypropylene*) model *standing pouch ziplock* berukuran 100 gram, yang dilengkapi dengan label informasi rasa, komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan logo produk sebagai identitas. Produk yang telah dikemas kemudian diuji melalui uji organoleptik dengan melibatkan 50 panelis lokal menggunakan skala hedonik 1–5 untuk menilai aroma, rasa, tekstur, dan tampilan visual produk. Proses pelaksanaan kegiatan secara singkat seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses pelaksanaan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan dan Keterlibatan Mitra

Kegiatan pengabdian berlangsung dengan tingkat partisipasi yang tinggi dari para pelaku UMKM di Dusun Pudukku. Sebanyak 15 orang mitra mengikuti seluruh tahapan mulai dari pelatihan teknis pembuatan keripik *dangke*, inovasi varian rasa, hingga pelatihan pemasaran digital. Dalam proses awal, peserta mengalami kesulitan pada tahapan penggumpalan adonan keripik *dangke* karena belum terbiasa mengatur suhu ideal.

Melalui pendampingan langsung oleh tim pengabdian, kemampuan teknis mitra dalam mengontrol suhu pembuatan adonan keripik *dangke* meningkat secara signifikan. Proses produksi juga menunjukkan peningkatan efisiensi, ditandai dengan konsistensi ketebalan irisan *dangke* sebesar 2 mm yang berpengaruh langsung terhadap kerenyahan hasil akhir keripik. Visualisasi kegiatan pembuatan varian rasa ditampilkan Gambar 2, yang

memperlihatkan pencampuran bumbu alami seperti cabai, jeruk nipis, dan daun bawang ke dalam adonan keripik *dangke*.

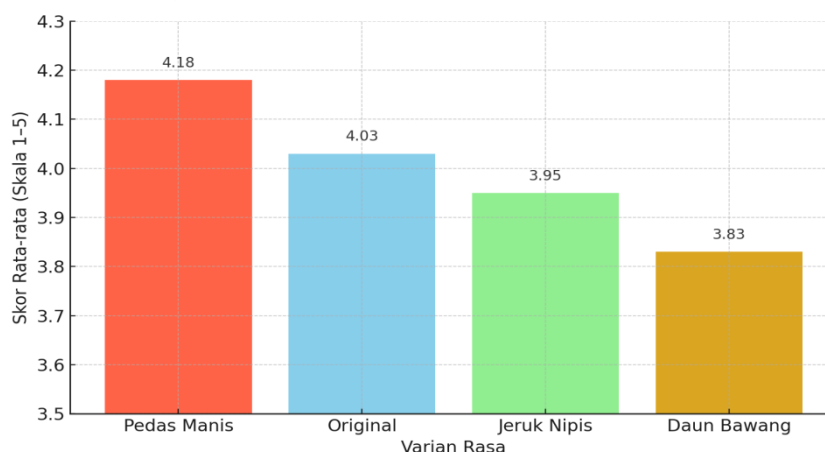


Gambar 2. Bentuk irisan dan varian rasa keripik *dangke*.

Hasil Uji Organoleptik Varian Rasa

Uji hedonik terhadap empat varian rasa keripik *dangke* dilakukan oleh 50 panelis lokal. Penilaian dilakukan terhadap empat aspek: aroma, rasa, tekstur, dan kemasan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa varian Pedas Manis mendapatkan skor rata-rata tertinggi dengan nilai 4,18, diikuti varian Original (4,03), Jeruk Nipis (3,95), dan Daun Bawang (3,83). Gambar 3 menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai rasa dengan profil kompleks seperti pedas manis yang menggabungkan sensasi gurih, manis, dan pedas secara seimbang.

Secara umum, semua varian memperoleh skor di atas angka 3,5, yang menandakan bahwa seluruh produk berada pada tingkat kesukaan sedang hingga tinggi. Hal ini menunjukkan keberhasilan inovasi varian rasa dalam menjawab preferensi konsumen lokal. Varian Jeruk Nipis mendapatkan komentar positif terkait kesegaran rasa, namun sebagian panelis merasa keasaman perlu disesuaikan agar lebih seimbang. Adapun varian Daun Bawang disukai dari sisi aroma, meskipun rasanya dianggap kurang kuat dan masih perlu penyempurnaan pada formula bumbu.



Gambar 3. Skor rata-rata uji organoleptik untuk empat varian rasa keripik *dangke*.

Inovasi Kemasan dan Dampaknya terhadap Persepsi Konsumen

Salah satu capaian penting dalam kegiatan ini adalah pengembangan desain kemasan siap pasar. Kemasan menggunakan bahan plastik *Polypropylene* (PP) berukuran 100 gram dengan sistem *ziplock* yang menjaga produk tetap renyah dan higienis. Label produk dirancang secara sederhana namun informatif, mencantumkan nama produk, varian rasa, komposisi bahan, tanggal produksi, dan logo UMKM mitra. Dokumentasi visual terhadap hasil akhir kemasan disajikan dalam Gambar 4. Respon panelis terhadap kemasan menunjukkan skor rata-rata 3,8, di mana mereka menilai tampilan produk lebih profesional dan layak untuk dipasarkan secara luas.

Kemasan berperan penting tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran visual. Desain kemasan yang menarik mampu meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Dalam konteks ini, keberhasilan mitra dalam mengadopsi kemasan modern menjadi indikator penting bagi kesiapan mereka memasuki pasar yang lebih kompetitif.



Gambar 4. Desain dan kemasan produk keripik *dangke*.

Dampak Ekonomi dan Peningkatan Kapasitas Mitra

Hasil pemantauan pasca kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pendapatan mitra sebesar 25% dibanding sebelum inovasi diterapkan. Mitra mampu memproduksi dan menjual produk dengan margin keuntungan rata-rata Rp5.000 per kemasan. Selain peningkatan ekonomi, kegiatan ini juga mendorong transformasi dalam pola usaha mitra yang mulai beralih dari penjualan *dangke* mentah ke produk olahan siap konsumsi.

Transformasi ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis partisipatif dan pelatihan teknis terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas mitra. Penerapan metode *learning by doing* dalam proses pelatihan memungkinkan peserta untuk belajar secara langsung dan aktif, sehingga keterampilan yang diperoleh lebih cepat diadopsi dalam kegiatan produksi sehari-hari (Rui et al., 2016; Kartika et al., 2021).

Peningkatan kualitas dan keberagaman produk keripik *dangke* mencerminkan efektivitas strategi diversifikasi dalam pengembangan usaha pangan lokal. Penambahan varian rasa terbukti meningkatkan akseptabilitas produk dan memperluas segmen pasar, sesuai dengan literatur yang menyatakan bahwa inovasi rasa merupakan faktor utama dalam daya tarik produk pangan olahan (Nurrohmah et al., 2021). Kemasan juga memainkan peran strategis dalam membentuk citra produk dan memengaruhi keputusan pembelian (Syamsudin et al., 2015).

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu menghasilkan inovasi produk keripik *dangke* baik dari sisi rasa maupun kemasan, serta meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran mitra. Meskipun demikian, beberapa aspek masih memerlukan pengembangan lebih lanjut seperti pengujian daya simpan produk dan sertifikasi keamanan pangan (P-IRT) agar produk dapat dipasarkan lebih luas, termasuk ke toko retail dan platform daring nasional.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Dusun Pudukku, Desa Pundi Lemo, telah berhasil memberdayakan pelaku UMKM lokal melalui inovasi produk berbasis potensi lokal, yaitu *dangke*. Pengembangan varian rasa keripik *dangke* (pedas manis, jeruk nipis, dan daun bawang) serta desain kemasan siap pasar terbukti mampu meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. Hasil uji organoleptik menunjukkan bahwa varian rasa baru disukai konsumen, terutama varian pedas manis, sementara kemasan modern berlabel memberikan kesan profesional dan meningkatkan persepsi kualitas produk.

Dampak nyata dari kegiatan ini terlihat pada peningkatan kapasitas teknis mitra dalam proses produksi, peningkatan pendapatan sebesar 25%, serta perubahan orientasi usaha dari produk mentah ke produk olahan siap konsumsi. Selain itu, pelatihan strategi pemasaran digital memberikan kontribusi penting dalam memperluas jangkauan pasar.

Dengan demikian, inovasi produk dan kemasan yang dikembangkan dalam program ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM berbasis potensi lokal. Ke depan, dibutuhkan penguatan aspek legalitas produk seperti sertifikasi P-IRT dan pengujian daya simpan untuk memperluas akses pasar, termasuk melalui kanal distribusi daring dan ritel modern.

REFERENSI

- Ainun, A. & Suherman. (2020). Transformasi UMKM: Pendampingan pemasaran dan teknologi untuk pertumbuhan ekonomi lokal. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 4(1), 23-28. <https://doi.org/10.31850/jdm.v4i1.3009>
- Anugrah, R., & Fitrayani, E. (2021). Stunting merusak masa depan anak: Ibu di Desa Pinang, lindungi mereka. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 5(1), 17-22. <https://doi.org/10.31850/jdm.v5i1.3236>
- Arum, R. H., Satiawihardja, B., & Kusumaningrum, H. D. (2014). Aktivitas Antibakteri Getah Pepaya Kering Terhadap *Staphylococcus aureus* Pada *Dangke* [Antibacterial Activity of Dried Papaya Latex toward *Staphylococcus aureus* in *Dangke*]. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*, 25(1), 65-65. <https://doi.org/10.6066/jtip.2014.25.1.65>
- Ikhsani, K., Wuryandari, N. E. R., & Widayati, C. C. (2021). Desain Komersialisasi Kemasan Sebagai Media Interaktif Pada Umkm Kelurahan Tanjung Duren Utara. *Andhara*, 1(1), 1-10. <http://jurnal.undira.ac.id/andhara/article/view/36>
- Kartika, M., Khoiri, N., Sibuea, N. A., & Rozi, F. (2021). Learning by doing, training and life skills. *MUDABBIR Journal Research and Education Studies*, 1(2), 91-103. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v1i2.80>
- Musra, N. I., Yasni, S., & Syamsir, E. (2021). Karakterisasi keju *dangke* menggunakan enzim papain komersial dan perubahan fisik selama penyimpanan. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*, 32(1), 27-35. <https://doi.org/10.6066/jtip.2021.32.1.27>
- Nurhaedah, N., Arman, A., & Irmayani, I. (2020). Diverifikasi Produk *Dangke* Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Peternak Sapi Di Kabupaten Enrekang. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(1), 58-64. <https://doi.org/10.32502/jsct.v8i1.2030>
- Nurrohmah, K., Sari, A. K., Riziani, D., & Kusumasari, S. (2021). MAKUDU (Makaroni kulit durian): Potensi pangan olahan praktis untuk mengurangi limbah kulit durian. *Jurnal*

- Ilmiah Teknologi dan Industri Pangan UNISRI*, 6(1), 30-40.
- Rahman, S. (2021). *Pengembangan industri kuliner berbasis makanan tradisional khas Sulawesi*. Deepublish.
- Rui, H., Cuervo-Cazurra, A., & Un, C. A. (2016). Learning-by-doing in emerging market multinationals: Integration, trial and error, repetition, and extension. *Journal of World Business*, 51(5), 686-699. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2016.07.007>
- Singapurwa, N. M. A. S., Candra, I. P., Rudianta, I. N., & Armaeni, N. K. (2021). Penerapan Sanitasi Higiene Pada Kelompok Mina Sari Sejahtera Di Desa Perancak Kecamatan Jembrana, Kabupaten Jembrana, Bali. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4), 573-580. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i4.250>
- Suwarsi, A. A., Satyarini, J. N. E., Hayati, S. R., Sharfina, A. G., & Anggraeni, A. (2021). Inovasi Produk Pengrajin Gerabah di Dusun Jetis, Panjangrejo, Pundong Bantul Yogyakarta: Innovation Product of Pottery Crafts in Jetis, Panjangrejo, Pundong Bantul Yogyakarta. *Pengabdianmu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 197-205. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i2.1726>
- Syahriati, S. (2015). Kajian Perubahan Desain Kemasan Pada Produk Bumbu Tradisional Makassar. *Journal Galung Tropika*, 4(3), 179-184. <https://doi.org/10.31850/jgt.v4i3.291>
- Syamsudin, S., Wajdi, F., & Praswati, A. N. (2015). Desain kemasan makanan kub sukarasa di desa wisata organik sukorejo sragen. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)*, 19(2), 181-188. <https://doi.org/10.23917/benefit.v19i2.2317>

