

Pelatihan dan Pendampingan dalam Pembuatan Serta Pengemasan Keripik Singkong UMKM “Mama Amira” di Desa Bangunsari Kecamatan Tanjung Lago

Helda Yudiastuti¹, Irwansyah², Firamon Syakti²

Manajemen Informatika, Fakultas Vokasi, Universitas Bina Dharma, Palembang, Indonesia¹

Teknik Komputer, Fakultas Vokasi, Universitas Bina Dharma, Palembang, Indonesia²

Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Dharma, Palembang, Indonesia³



Email Korespondensi: irwansyah@binadarma.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 15-09-2026

Disetujui 15-10-2026

Diterbitkan 17-10-2026

Katakunci:

Pelatihan;

Pendampingan;

Keripik Singkong;

ABSTRAK

Singkong adalah salah satu hasil pertanian yang mudah ditemukan, tetapi karena dimanfaatkan secara sederhana, nilai tambah ekonominya masih kecil. Singkong memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menguntungkan apabila diolah menjadi produk pangan olahan. Salah satu usaha rumahan yang menggunakan singkong sebagai bahan utama adalah UMKM Keripik Singkong "Mama Amira", yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat Desa Bangunsari dan beroperasi dalam skala kecil. Permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu jumlah produksi yang tidak konsisten, pengemasan yang sederhana dan tidak menarik, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran. Adapun tujuan dari pengabdian ini melakukan pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM Keripik Singkong untuk meningkatkan kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan karyawan agar mampu melaksanakan tugas secara lebih efektif dan efisien. Metode yang akan digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu metode observasi, wawancara dan diskusi, serta pelatihan dan pendampingan. Dari kegiatan PKM ini diberikan pelatihan dan pendampingan tentang pemahaman dalam proses produksi, kemudian pembuatan identitas usaha berupa logo produk agar memiliki ciri khas yang mudah dikenali oleh konsumen. Perubahan kemasan plastik yang tebal dan ditempel logo yang berwarna, serta memasarkan produk secara digital dengan menggunakan media marketing Instagram.

Yudiastuti, H., Ibrahim, I., & Syakti, F. . (2026). Pelatihan dan Pendampingan Dalam Pembuatan Serta Pengemasan Keripik Singkong UMKM “Mama Amira” Di Desa Bangunsari Kecamatan Tanjung Lago. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(5), 3851-3858. <https://doi.org/10.63822/em3btd32>

PENDAHULUAN

Desa Bangunsari berada di Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. Sebagian besar penduduk desa Bangunsari bermata pencaharian sebagai petani, dengan lahan pertanian berupa sawah, kebun singkong (ubi kayu), kebun jagung, kebun karet dan kelapa sawit sebagai sumber utama ekonomi. Selain bertani, sebagian warga juga bekerja sebagai pedagang, guru, dan pegawai. Desa Bangun Sari memiliki fasilitas umum seperti sekolah dasar, masjid, posyandu, dan koperasi.

Singkong (Ubi Kayu) merupakan salah satu tanaman jenis umbi-umbian yang dapat dengan mudah dijumpai dilahan masyarakat, terutama di pedesaan. (Aprila & Viora, 2022) Singkong memiliki nilai tambah ekonominya masih kecil jika dimanfaatkan secara sederhana. Namun, singkong memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menguntungkan apabila diolah menjadi produk pangan olahan. Salah satu usaha rumahan yang menggunakan singkong sebagai bahan utama adalah UMKM Keripik Singkong "Mama Amira", yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat Desa Bangunsari dan beroperasi dalam skala kecil. Keripik singkong adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian yang mengandung pati. (Fajrah & Sumantika, 2022)

Proses produksi UMKM Keripik Singkong "Mama Amira" dimulai dari pemilihan bahan baku dari singkong yang segar agar keripik yang dihasilkan tidak pahit dan enak rasanya. Untuk pengolahan singkong masih diproses secara manual dan tradisional, (Zai, 2025) singkong di kupas satu persatu menggunakan pisau oleh beberapa karyawan UMKM. Dalam satu hari singkong yang dikupas bervariasi banyaknya dari 10 sampai dengan 15 kilogram. Kemudian singkong dicuci bersih dan di iris tipis-tipis sebelum diberi bumbu khusus. Proses selanjutnya singkong digoreng hingga renyah sempurna. Setelah dianginkan sebentar dari proses penggorengan barulah keripik singkong tersebut dikemas dalam plastik. UMKM Mama Amira memiliki beberapa permasalahan dalam memenuhi permintaan pelanggan karena produksi keripik belum memiliki standar produksi yang konsisten hanya 15 kilogram saja. Permasalahan yang lainnya kemasan produk yang masih sederhana, sehingga produk kurang menarik dan efektif untuk menjaga kualitas produk. Kemasan atau packaging merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk. (Larasati et al., 2023)

Untuk membantu permasalahan pada UMKM tersebut tim pengabdian pada masyarakat (PKM) bertujuan akan melakukan pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM Keripik Singkong Mama Amira dalam mengembangkan inovasi produk keripik singkong. Pelatihan dan pendampingan ini sendiri bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan karyawan agar mampu melaksanakan tugas secara lebih efektif dan efisien. (Siregar et al., 2025) Adapun pelatihan yang akan dilaksanakan yaitu cara pengolahan singkong dan cara pengemasan keripik singkong, serta memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya pengemasan produk sebagai bagian dari komunikasi produk. Komunikasi produk merupakan strategi komunikasi yang dilakukan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dengan memperkuat tampilan komponen produk. (Kurnia², 2022) Kemudian memberikan pelatihan dan pendampingan dalam memperluas area pemasaran produk secara digital (digital marketing).

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dapat mendukung kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, yang pertama tentang Pelatihan dan Pendampingan Produk Olahan Singkong dan Ubi Jalar Putih Untuk Peningkatan Nilai Tambah Hasil Pertanian. Hasil dari kegiatan ini berhasil meningkatkan kemampuan teknis dalam setiap tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas

hingga proses pengirisan, penggorengan dan pemberian variasi rasa yang menarik.(Iznillillah et al., 2025) Penelitian berikutnya tentang Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kapasitas Penjualan UMKM Keripik Pohung. Adapun hasil dari kegiatan yaitu membuat media sosial agar dapat dikenal oleh masyarakat luas serta dapat meningkatkan penjualan secara online.(Setiabudhi et al., 2023)

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pada pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Observasi, Wawancara dan Diskusi, Serta Pelatihan dan Pendampingan. (Putra A et al., 2024) Untuk lebih memudahkan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat di UMKM Mama Amira, tim pengabdian membuat jadwal tahapan pelaksanaan kegiatan selama 1 bulan, yang akan dilaksanakan setiap minggunya pada bulan Agustus 2026. Berikut jadwal tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat di UMKM Keripik Singkong Mama Amira.

Tabel 1.
Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat di UMKM Keripik Singkong Mama Amira

No.	Kegiatan	Fasilitator	Tgl/Waktu	Peserta
1	Observasi	Tim PKM	03 – 05 Agustus 2026 (09.00 – 12.00)	10 orang Karyawan UMKM Mama Amira
2	Wawancara dan Diskusi	Tim PKM	10 – 14 Agustus 2026 (09.00 – 12.00)	5 orang Karyawan UMKM Mama Amira
3	Pelatihan dan Pendampingan	Tim PKM	19 – 28 Agustus 2026 (09.00 – 13.00)	10 orang Karyawan UMKM Mama Amira

1. Observasi

Pelaksanaan Observasi dimulai pada tanggal 03 Agustus sampai dengan 05 Agustus 2026 pada UMKM “Mama Amira” yang terletak di Desa Bangunsari Kecamatan Tanjung Lago. Pada observasi pertama, Tim PKM ingin mengetahui bagaimana langkah-langkah atau tahapan pembuatan keripik singkong, serta sampai dengan proses promosi dan penjualan.

2. Wawancara dan Diskusi

Pada minggu ke 2 tanggal 10 – 14 Agustus 2026 melakukan wawancara dan diskusi dengan beberapa karyawan dan pemilik UMKM Mama Amira. Wawancara dan diskusi merupakan proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden. (Purba, 2025) Tujuan wawancara adalah untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang UMKM Keripik Singkong Mama Amira.

3. Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dilakukan pada minggu ke 3 bulan Agustus 2026, pelatihan dengan memberikan contoh

langsung dalam proses pembuatan keripik singkong, dimulai dari pemilihan bahan baku ubi kayu atau singkong yang baik, proses pengirisan dengan menggunakan alat khusus, metode perendaman singkong, penggorengan, penirisan, pendinginan, pengemasan serta sampai promosi dan penjualan. Pendampingan dilakukan dengan mendampingi karyawan dalam proses produksi keripik singkong agar sesuai prosedur yang telah diajarkan, serta memberikan koreksi jika ada proses yang kurang tepat.



Gambar 1. Pelaksanaan Observasi Tim PKM ke UMKM Keripik Singkong Mama Amira

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari observasi Tim PKM pada UMKM Keripik Singkong Mama adalah bisnis rumahan yang berfokus pada pengolahan hasil bumi, yaitu singkong yang diolah menjadi makanan ringan yang gurih dan renyah. Sedangkan bahan baku utama singkong yang dapat diperoleh dengan mudah dari para petani lokal atau kebun warga. Rata – rata perhari UMKM ini menerima singkong sebanyak 50 samapi 60 kilogram. Tim PKM juga dapat mengetahui bagaimana sistematika alur kerja dari home industri ini, serta beberapa jenis produk keripik singkong yang dihasilkan.

Dari hasil wawancara dan diskusi diketahui profil usaha Mama Amira yang dirintis sejak tahun 2019 secara mandiri dari dapur rumahnya. Kemudian terus berkembang sampai saat ini dengan jumlah karyawan sebanyak 10 orang, dan jumlah produksi keripik singkong 15 sampai 20 kilogram perhari. Untuk proses pembuatan produk saat ini masih mengandalkan metode tradisional, Untuk Varian rasa keripik singkok hanya rasa original (asin gurih) dan Pedas saja. Sedangkan untuk pengemasan keripik singkok masih menggunakan plastik bening biasa dengan label yang sederhana. Ada beberapa hambatan dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Mama Amira. Yang pertama kondisi keripik seringkali mengalami penurunan kualitas (bau tengik) dalam waktu 2 minggu apabila belum terjual. Adapun solusi yang diberikan oleh Tim PKM disarankan untuk membeli mesin spinner (peniris minyak) rakitan lokal. Mesin peniris minyak berfungsi untuk mengurangi kadar minyak pada bahan yang biasanya adalah gorengan. (Limbong et al., 2022) Permasalahan berikutnya adalah pemasaran atau penjualan keripik singkok hanya sebatas pasar lokal dan toko – toko terdekat saja. Pemasaran merupakan suatu proses untuk

mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa.(Solin, 2025) Solusi yang diberikan oleh Tim PKM yaitu akan memberikan pelatihan mengenai pemasaran digital. Pemasaran digital mendorong sebuah permintaan dengan menggunakan media internet.(Khairunnisa, 2022)



Gambar 2. Proses Produksi Keripik Singkong UMKM Mama Amira

Pelatihan dan pendampingan yang pertama difokuskan pada pemahaman terkait tahapan dalam proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku yang lebih baik. Pemilihan bahan baku merupakan tahap awal yang sangat menentukan kualitas dari produk akhir. Bahan baku berupa singkong harus yang segar, bebas dari cacat atau busuk. Kemudian proses pengirisan singkong juga merupakan bagian penting dalam pembuatan kripik. Teknik pengirisan yang seragam dan konsisten akan menghasilkan potongan dengan ketebalan yang ideal sangat mempengaruhi dalam proses penggorengan serta kualitas tekstur dari keripik singkong. Agar keripik memiliki tekstur yang renyah dan kematangan yang merata, ketebalan irisan dari singkong harus disesuaikan secara optimal. Jika pengirisan tidak seragam akan menyebabkan hasil penggorengan keripik sebagian akan gosong dan sebagian lainnya kurang matang. Berikutnya pengaturan suhu penggorengan menjadi topik pelatihan berikutnya. Suhu penggorengan yang tepat akan menghasilkan keripik singkong dengan warna kekuningan yang menarik, sehingga tekstur keripik menjadi renyah dan kadar minyak yang rendah. Selain teknis pengolahan tim PKM juga memberikan inovasi rasa varian baru yaitu Rasa Keju, Rasa Coklat dan Rasa Pedas Manis. Dengan varian rasa yang cukup banyak merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasaran.

Pelatihan berikutnya yaitu pembuatan identitas usaha atau produk, seperti pembuatan logo dan penataan produk agar memiliki ciri khas yang mudah dikenali oleh konsumen. Logo merupakan sebuah tulisan, sketsa atau gambar yang mempunyai makna tertentu dan bisa mewakili identitas, seperti lembaga, organisasi atau produk.(Gunawan & Permata, 2026). Pembuatan logo diambil dari bahan dasar produk yaitu singkong, kemudian nama produk sendiri diambil dari nama pemilik UMKM yaitu Mama Amira. Tahap berikutnya Tim PKM juga melakukan pendampingan dalam aspek pengemasan produk. Bentuk pendampingan yang diberikan yaitu penggunaan kemasan plastik yang lebih rapi, penempelan label produk serta penyusunan keripik singkong didalam kemasan. Bungkus atau kemasan yang menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen. (Maturbongs et al., 2024)



Gambar 3. Proses Pengemasan Keripik Singkong dan Logo UMKM Mama Amira

Untuk memperluas area pemasaran produk keripik singkong, Tim PKM melakukan pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran produk secara digital (digital marketing). Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan teknologi internet untuk mempromosikan produk, layanan atau merek kepada khalayak target. Pelatihan dimulai dari pembuatan akun toko di Instagram, serta cara mengelola akun tersebut untuk menjadi sarana pemasaran digital. Tim PKM memilih media pemasaran digital salah satunya menggunakan Instagram. Instagram merupakan media sosial yang memberikan ruang bagi penggunaanya untuk berbagi dan berinteraksi serta untuk menampilkan diri melalui foto dan video. Dari hasil pelatihan ini semua karyawan dapat membuat dan mengelola, serta memasarkan produk keripik singkong UMKM Mama Amira di Instagram. Berikut pada gambar 4 merupakan contoh salah satu akun di Instagram yang telah dibuat oleh karyawan.



Gambar 4. Contoh Akun Instagram Hasil Pelatihan Karyawan UMKM Mama Amira

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Keripik Singkong Mama Amira adalah sebagai berikut : dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, karyawan UMKM Mama Amira dapat memahami cara memilih bahan baku keripik singkong dengan baik, kemudian juga Mama Amira membeli alat peniris minyak. Adanya inovasi rasa varian baru keripik singkong yaitu Rasa Keju, Rasa Coklat dan Rasa Pedas Manis. Pembuatan identitas usaha yaitu pembuatan logo produk agar memiliki ciri khas yang mudah dikenali oleh konsumen. Perubahan kemasan plastik yang tebal dan ditempel logo yang berwarna. Untuk menjangkau konsumen secara luas UMKM Mama Amira sudah dapat memasarkan produk secara digital dengan menggunakan media marketing Instagram. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini sangat berdampak pada UMKM Mama Amira yaitu bertambahnya produksi keripik singkong. Adapun saran dari Tim PKM untuk lebih memperluas area jangkauan konsumen tidak hanya sebatas menggunakan sosial media Instagram saja, tetapi hendaknya ditambah dengan sosial media lain misal Tiktok, Facebook, kemudian dapat juga menggunakan Marketplace dan E-commerce lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprila, N., & Viora, D. (2022). Pengembangan Usaha Singkong Sebagai Jajanan Sehat di Kampar Riau. *Medika*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/a9awdk30>
- Fajrah, N., & Sumantika, A. (2022). Pengembangan Produk Keripik Singkong Industri Rumah Tangga terhadap Analisis Perspektif Konsumen. *Snistek*, 4, 558–563. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/5417>
- Gunawan, H., & Permata, I. (2026). Pelatihan dan Pendampingan UMKM dalam Penentuan Harga Pokok Penjualan dengan Metode Full Costing Universitas Wijaya Kusuma Surabaya , Indonesia UMKM dalam mengelola keuangan secara tepat , khususnya dalam menentukan Harga Pokok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 24–35.
- Iznillillah, W., Hanifah, I., Zaenudin, M., Nursalsabila, P., Dzikrillah, M., Rejeki, S., & Pertiwi, R. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Produk Olahan Singkong dan Ubi Jalar Putih untuk Peningkatan Nilai Tambah Hasil Pertanian. *Media Pengabdian Masyarakat*, 11(3), 374–389. <https://doi.org/10.30997/qh.v11i3.21449>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Kurnia², T. D. U. (2022). PERAN KOMUNIKASI PRODUK DALAM MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN JANJI JIWA. *Journal of Creative Communication*, 4(1), 15–22.
- Larasati, D., Lutfianti, F. A., Melinda, S., Sadiyyah, K., & Nur, D. A. (2023). Strategi Inovasi Kemasan (Packaging) untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Madu. *JURNAL ILMIAH PENGABDIAN DAN INOVASI*, 2(2), 301–308.
- Limbong, I. S., Doni, H. Bin, & Koehuan, V. A. (2022). Rancang Bangun Mesin Peniris Minyak Untuk Proses Produksi Abon Ikan. *Lontar Jurnal Teknik Mesin Undana*, 09(02), 91–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/ljtmu.v9i02.9505>
- Maturbongs, T., Tanihatu, M. M., Ronald, S., & Saleky, J. (2024). Desain Kemasan Dan Label Produk Enbal Pada UMKM Nen Te Idar Desa. *JURNAL ADMINISTRASI TERAPAN*, 3(1), 168–178.
- Purba, W. P. S. (2025). Metode pengumpulan data kualitatif 1. *Qalam Lil Athfal*, 3(2).

- <https://doi.org/https://doi.org/10.58822/qla.v3i2.427>
- Putra A, A., Agustian, W., Irwansyah, I., Yudiastuti, H., & Melita, D. (2024). Pengembangan Home Industry Kemplang di Desa Pemulutan Ilir Provinsi Sumatera Selatan di Tinjau Dari Sumber Daya Manusia. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 45–50. <https://doi.org/10.54082/ijpm.372>
- Setiabudhi, H., Sari, R., Astuti, P., & Septiani, D. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kapasitas Penjualan UMKM Keripik Pohung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(9), 2067–2073. <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/jpmmba.v1i9.466>
- Siregar, H. J., Sudaryat, R., & Yusuf, M. (2025). Pentingnya pelatihan dan pengembangan dalam dunia kerja. *Jurnal Ilmu Manajemen Pascasarjana*, 01(1), 37–51. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JIMPAS/article/view/8332>
- Solin, N. F. (2025). Aspek pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 450–463. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3875>
- Zai, K. S. (2025). DALAM MENINGKATKAN KAPASITAS PRODUKSI USAHA TEMPE UWAK HASAN DI KELURAHAN PASAR KOTA GUNUNGSITOLI. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 4(2), 255–267. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupumi.v4i2.3863>