

IPTEK PENGOLAHAN KACANG GARING SIHOBUK DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN

Magdalena Linda Leonita Sibarani¹⁾, Kartini Noor Hafni ²⁾

¹⁾ Prodi Manajemen FEB USU

Email: magdalena@gmail.com

²⁾ Prodi Teknik Kimia FT USU

Email: kepegawaian.ft.usu.2016@gmail.com

Abstrak

Kacang Sihobuk merupakan kacang yang berasal dari Desa Sihobuk, Tarutung, Tapanuli Utara. Sihobuk merupakan nama merek yang diambil dari nama sebuah desa produsen kacang ini. Tidak berbeda dengan kacang lain, Kacang Sihobuk memiliki rasa yang gurih dan renyah. Kacang Sihobuk merupakan sejenis makanan ringan/camilan yang mampu membuat para penikmatnya tak ingin berhenti memakannya. Pasar kacang Sihobuk diyakini akan semakin pesat berkembang ke masa akan datang. Hal ini dipicu dengan ditetapkannya Danau Toba sebagai daerah tujuan wisata utama dan diresmikannya bandara Silangit sebagai bandara internasional. Banyak wisatawan yang akan berkunjung ke daerah Tapanuli Utara dan pastinya akan mencari kuliner lokal diantaranya kacang Sihobuk. Rendahnya kapasitas produksi yang dimiliki karena masih menggunakan peralatan yang sederhana dan masih bersifat tradisional dalam proses produksinya. Sehingga memakan waktu yang cukup lama dan sangat menguras tenaga. Untuk itulah diperlukan sentuhan iptek yang akan membuat proses produksinya menjadi lebih mudah dan murah. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dirasa perlu diberikan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas mitra pengabdian. Selain itu meningkatkan strategi pemasaran agar memiliki kemampuan dalam memasarkan kacang Sihobuk yang di produksi, sehingga mampu menciptakan dan memiliki banyak jaringan pemasaran. Perlunya diberikan pelatihan yang memungkinkan pengusaha kacang Sihobuk menghitung total pendapatan penjualan dan total biaya sehingga mampu mengetahui berapa laba yang diperoleh per satuan produksi. Diharapkan setelah pendampingan, mitra menjadi lebih meningkat pengetahuannya, mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam pekerjaan sehari-harinya dan menularkan pengetahuan tersebut kepada pengusaha kacang Sihobuk yang lain.

Kata Kunci: Industri Kecil, Pengrajin Songket, Strategi Pemasaran, Peningkatan Pendapatan

1. PENDAHULUAN

Kacang Sihobuk merupakan kacang yang berasal dari Desa Sihobuk, Tarutung, Tapanuli Utara. Sihobuk merupakan nama merek yang diambil dari nama sebuah desa produsen kacang ini. Tidak berbeda dengan kacang lain, Kacang Sihobuk memiliki rasa yang gurih dan renyah. Kacang Sihobuk merupakan sejenis makanan ringan/camilan yang mampu membuat para penikmatnya tak ingin berhenti memakannya.

Kacang Sihobuk dijadikan sebagai oleh-oleh khas Kota Tapanuli Utara. Namun, tak jarang juga dapat kita temui di toko-toko yang ada di Kota Medan ini. Hal ini tentu saja menunjukkan popularitas Kacang Sihobuk yang semakin meningkat.

Bahkan distribusinya juga sudah sampai keluar daerah Sumatera Utara ini.

Bukan hanya populer di kalangan etnis Batak saja, Kacang Sihobuk juga sudah menjadi primadona bagi warga Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota-kota besar lainnya yang ada di seantero nusantara.

Beberapa orang asli Tarutung merantau ke daerah-daerah di Indonesia. Nah, dari sinilah Kacang Sihobuk merambah ke Nusantara. Melalui warga asli Tarutung yang merantau inilah yang mengenalkan potensi lokal yang mereka miliki, yaitu Kacang Sihobuk. Kacang Sihobuk ini menjadi primadona karena kacang ini terkenal dengan kualitasnya yang baik dan tak diragukan lagi. Kacang Sihobuk justru menjadi oleh-oleh yang ditunggu warga kota

lain bagi siapa saja perantauan asal Tarutung.

Meski masih terbilang sederhana, proses pembuatan Kacang Sihobuk ini dapat dikategorikan cukup sulit dan memakan waktu yang lama. Pasalnya, Kacang Sihobuk ini sudah terkenal dengan kegurihan dan kerenyahannya, sehingga membuat para penikmatnya tidak akan pernah merasa bosan untuk terus menikmatinya. Oleh karena itu, para produsen Kacang Sihobuk ini benar-benar memperhatikan kualitas dari kacang yang akan didistribusikan nanti.

Mitra pengabdian Tina Hutaaruk, salah seorang penjual Kacang Sihobuk yang telah memulai membuka usaha ini sejak tahun 2015 hingga kini. Dahulu, mereka menjadi pekerja di usaha kacang garing yang lain. Berbekal modal yang terbatas tetapi karena hasrat untuk memperoleh pendapatan dan kesejahteraan yang lebih baik, mereka memilih untuk menjadi pengusaha Kacang garing Sihobuk. Omset yang didapatkan Tina Hutaaruk berkisar 100-300 ribu/harinya. Biasanya mitra pengusaha memproduksi 8 kaleng setiap produksinya, dan dilakukan hanya sekali seminggu.



Gambar 1. Pengolahan Kacang Garing Sihobuk

Rendahnya kapasitas produksi yang dimiliki dapat dipahami karena mitra masih mengandalkan tenaga kerja dalam keluarga dalam proses produksinya. Disamping itu peralatan yang digunakan juga sederhana dan masih bersifat tradisional, sehingga memakan waktu yang cukup lama dan sangat menguras tenaga. Untuk itulah

diperlukan sentuhan iptek yang akan membuat proses produksinya menjadi lebih mudah dan murah.

Pasar kacang Sihobuk diyakini akan semakin pesat berkembang ke masa akan datang. Hal ini dipicu dengan ditetapkannya Danau Toba sebagai daerah tujuan wisata utama dan diresmikannya bandara Silangit sebagai bandara internasional. Banyak wisatawan yang akan berkunjung ke daerah Tapanuli Utara dan pastinya akan mencari kuliner lokal diantaranya kacang Sihobuk. Keadaan inilah juga yang seharusnya dipahami dan dimanfaatkan oleh mitra untuk meningkatkan pendapatannya melalui peningkatan kapasitas produksi dan produktivitas.

Namun kurangnya modal dan rendahnya pengetahuan mitra membuatnya sulit untuk mengembangkan usahanya. Inilah yang membuat tim pengusul merasa tertarik untuk melakukan pengabdian pada masyarakat yang diberi judul “Iptek Pengolahan Kacang Garing Sihobuk Dalam Meningkatkan Pendapatan”.

2. PERMASALAHAN MITRA

- a. Rendahnya kapasitas mitra petani kacang tanah dalam menghasilkan komoditi kacang tanah yang berkualitas baik sebagai bahan baku Sihobuk.
- b. Rendahnya pengetahuan dan wawasan pengusaha kacang garing Sihobuk dalam melihat peluang pemasaran. Pengusaha melihat hanya terbatas di pasar lokal.
- c. Rendahnya kapasitas mitra pengusaha dalam memproduksi kacang garing Sihobuk sehingga kurang mampu bersaing dari sisi kualitas, variasi motif dan perpaduan warna.
- d. Rendahnya pengetahuan pengusaha kacang garing Sihobuk dalam memproduksi secara efektif dan efisien melalui perhitungan laba dan analisis biaya yang lebih baik, sehingga dengan signifikan mampu meningkatkan pendapatan mitra pengabdian.

2.1. Solusi yang Ditawarkan

1. Ceramah dan diskusi, untuk mengetahui lebih jelas permasalahan dasar petani dan pengusaha kacang Sihobuk, sehingga bisa diberikan solusi masalah.
2. Mengadakan sosialisasi arti penting home industri kacang garing Sihobuk. Disamping meningkatkan potensi lokal, juga memungkinkan petani dan pengusaha di Kabupaten Tapanuli Utara menjadi mandiri secara ekonomis. Meyakinkan mitra bahwa kacang garing Sihobuk dengan proses produksi yang efektif dan efisien akan mampu memperluas pasar.
3. Memfasilitasi untuk melaksanakan pelatihan dengan mengundang mantrani/tenga penyuluh agar petani memiliki kemampuan menghasilkan komoditi kacang tanah yang berkualitas baik sebagai bahan baku pembuatan kacang garing Sihobuk.
4. Melatih pengusaha kacang garing agar mampu memproduksi secara efektif dan efisien melalui perhitungan laba dan analisis biaya yang lebih baik, sehingga mampu meningkatkan pendapatan pengusaha.

2.2. Target Luaran

1. Meningkatnya kapasitas mitra petani dan pengusaha kacang Sihobuk sehingga mampu memahami persoalan-persoalan yang mereka hadapi.
2. Meningkatnya kapasitas mitra petani dalam memproduksi kacang tanah yang berkualitas baik sebagai bahan baku pembuatan kacang garing Sihobuk.
3. Meningkatnya produksi dan produktivitas mitra pengusaha dalam memproduksi kacang garing Sihobuk.
4. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan mitra pengusaha dalam melihat peluang pemasaran sehingga mampu menembus pasar yang lebih luas.
5. Menambah kemampuan dan skill para pengusaha kacang garing Sihobuk dalam menghitung total pendapatan, mengetahui faktor-faktor yang menentukan besarnya pendapatan penjualan. Mampu menghitung total biaya dan mengetahui cara untuk

meminimalkan biaya produksi serta menghitung keuntungan per satuan produksi dan total keuntungan per bulan.

3. METODE

3.1. Rencana Kegiatan

1. Sosialisasi
Sosialisasi dilakukan kepada mitra pengabdian di Kabupaten Tapanuli Utara. Materi sosialisasi adalah keberadaan dan makna kacang garing Sihobuk bagi mitra abdi maupun masyarakat Tapanuli Utara, pentingnya menjaga dan meningkatkan produksi dan produktivitas, peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Tapanuli Utara melalui usaha kacang garing Sihobuk.
2. Ceramah dan diskusi
Setelah kegiatan sosialisasi dilakukan tim pengabdian akan melakukan ceramah dan diskusi tentang rencana kegiatan. Berdasarkan ceramah dan diskusi ini tim pengabdian akan dapat mengetahui ketertarikan masyarakat terhadap kegiatan pengabdian. Selain itu dapat membangun motivasi tinggi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.
3. Rekrutmen
Rekrutmen adalah bentuk pernyataan selain mitra yang bersedia untuk mengikuti kegiatan pengabdian. Petani dan pengusaha yang bersedia selanjutnya dibimbing untuk mengikuti jadwal kegiatan pengabdian, sedangkan bagi yang tidak bersedia tentunya tidak dikutsertakan lagi dalam kegiatan pengabdian selanjutnya. Kegiatan rekrutmen ini bersifat sukarela tanpa ada paksaan ataupun tekanan dari siapapun.
4. Pelatihan Menggongseng Kacang
Pelatihan dilakukan dengan mengundang orang yang memang sudah diakui keahliannya dalam membuat kacang garing. Diperkirakan ada sebanyak 2-3 orang yang akan menjadi pelatih dalam pembuatan kacang garing ini. Dalam pelatihan ini maka tim pengabdian akan

memfasilitasi dan menyediakan semua bahan-bahan dan peralatan yang diperlukan dalam pembuatan kacang garing Sihobuk tersebut. Pelatihan ini diharapkan akan meningkatkan keterampilan para mitra.

5. Pelatihan strategi pemasaran
Dalam pelatihan ini tim pengabdian akan mengajarkan bagaimana cara memasarkan produk kacang garing Sihobuk ini serta membangun jaringan di kabupaten dan kota serta propinsi yang ada di Indonesia. Selain itu juga memberi pelatihan agar memiliki mental kewirausahaan serta mampu dan percaya diri dalam mengembangkan usaha kacang garing Sihobuk.
6. Evaluasi
Evaluasi akan dilakukan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian di Tapanuli Utara yang meliputi pengamatan keterampilan dalam pembuatan kacang garing Sihobuk dan pengamatan dalam strategi pemasaran. Selain itu juga evaluasi akan dilakukan meskipun kegiatan pelatihan sudah selesai, yaitu dengan bertelepon menanyakan kemajuan usaha kacang garing Sihobuk selama ini dan juga dengan mengunjungi kembali pengusaha kacang garing Sihobuk di Tapanuli Utara menanyakan keuntungan dan hambatan yang dijumpai setelah kegiatan pelatihan selesai dilakukan.

3.2. Kontribusi Partisipasi Mitra

1. Mitra bersedia mengikuti segala bentuk pelatihan dan berniat untuk merubah cara kerja menjadi lebih efisien dan efektif. Mitra akan diminta supaya aktif dan membiasakan diri untuk berkomitmen membuat kacang garing Sihobuk yang sesuai dengan selera pasar.
2. Mitra bersedia mengikuti pelatihan strategi dalam pemasaran yang akan dipraktekkan oleh mitra untuk menjamin keberhasilan usaha mereka. Mitra bersedia menerapkan apa yang telah diajarkan pada pelatihan dan

bersedia dievaluasi. Pengukuran kinerja mereka akan terus dipantau, sehingga pendapatan pengusaha kacang garing Sihobuk meningkat, dan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Tapanuli Utara meningkat.

3. Mitra bersedia juga mengikuti pelatihan para pengusaha kacang garing Sihobuk dalam menghitung total pendapatan, mengetahui faktor-faktor yang menentukan besarnya pendapatan penjualan. Mitra mampu menghitung total biaya dan mengetahui cara untuk meminimalkan biaya produksi serta mampu menghitung keuntungan per satuan produksik kacang garing Sihobuk dan total keuntungan per bulan.
4. Mitra bersedia dan diteguhkan untuk membangun karakter pengusaha agar mengubah pola kerja. Pengusaha kacang garing Sihobuk, khususnya mitra mampu meningkatkan produksi dan produktivitasnya sehingga semakin mandiri secara ekonomis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kata Wirausaha merupakan terjemahan dari istilah bahasa Inggris *entrepreneur*, yang artinya adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan untuk melihat dan menilai kesempatan peluang bisnis. Ini menggambarkan pengusaha sebagai orang yang mampu memindahkan sumber-sumber ekonomi dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas tinggi karena mampu menghasilkan produk yang lebih banyak. Terlebih sekarang ini banyak orang tertarik untuk menjadi wirausaha, hal ini dikarenakan banyaknya orang berhasil di dalamnya walau tidak sedikit juga yang kandas di tengah jalan.

Jalan inilah yang diambil oleh mitra pengabdian, seorang ibu rumah tangga yang menjadi single parent bagi seorang anaknya. Memulai usaha kacang garing sihobuk berharap dapat memperoleh penghasilan yang baik. Awalnya ia hanya mampu memasarkan produknya di pasar tradisional setempat, itupun dengan jumlah kecil hanya 2 kaleng dalam seminggu. Seiring waktu,

- Ferdinand, Augusty. (2002), Marketing Strategy Making: Proses dan Agenda Penelitian, Journal Sains Pemasaran Indonesia. Vol 1, No.1, Mei, p.1-22
- Kotler, Phillip, 2008, Marketing Management – The Millenium Edition, Prentice Hall.
- Salvatore, Dominick. 2005. Managerial Economics. Edisi Kelima. Jilid Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, 2006, Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses, Jakarta: Salemba Empat
- Sutojo, Siswanto, 2003, Manajemen Penjualan yang Efektif, PT. Darma Mulia Pustaka