



## Sosialisasi Pembuatan dan Pemasaran Emping sebagai Makanan Ringan dari Singkong (*Manihot esculenta*)

### *Socialization of the Production and Marketing of Emping as a Snack Made from Cassava (*Manihot esculenta*)*

M.Sidik Tarigan<sup>1\*</sup>, M.Wasito<sup>2</sup>, Sulardi<sup>3</sup>

1.2.3 Prodi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pembangunan Panca Budi

*Corresponding author\**: [sidiktarigan03@gmail.com](mailto:sidiktarigan03@gmail.com)

#### Abstrak

Opak emping merupakan camilan tradisional khas pedesaan di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Empleng awalnya dibuat sebagai cara untuk mengawetkan bahan makanan seperti singkong dan jagung. Di masa lalu, masyarakat desa mengiris tipis singkong atau jagung, lalu menjemurnya untuk dijadikan persediaan makanan yang tahan lama dan bisa digoreng sewaktu-waktu. Cara ini sangat berguna saat musim paceklik atau ketika hasil panen melimpah. Metode Pelaksanaan Kegiatan yaitu Sosialisasi di desa terkait cara pembuatan emping dan pemasaran emping, Waktu dan Tempat Pembuatan.. Nama pemilik: Ibu Mardiyah. Tempat: Desa Sidodadi, Kec Sibiru-biru, Kab Deli Serdang. Waktu pelaksanaan sosialisasi. Pelaksanaan kegiatan pada Agustus 2023. Bahan dan Alatyang digunakan: Singkong segar, parut kelapa, Garam, kompor gas, kual, Bawang putih, ketumbar (untuk perasa), Air bersih dan tepung, Minyak goreng, Plastik kemasan dan label. Hasil program pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk penyuluhan tentang Sosialisasi Cara pembuatan dan pemasaran emping: Setelah pelaksanaan pengabdian, kelompok masyarakat mahir dalam pembuatan emping dan juga pemasarannya, Setelah pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam peningkatan ekonomi dan dalam memperhitungan analisis finansial usaha emping yang terbuat dari singkong.

**Kata Kunci:** Sosialisasi; Pembuatan; Pemasaran; Emping, Singkong.

#### Abstract

*Opak emping (emping crackers) is a traditional snack typical of rural Indonesia, particularly in Central and East Java. Empleng was originally made as a way to preserve foods such as cassava and corn. In the past, villagers thinly sliced cassava or corn and then dried it to create a long-lasting food supply that could be fried at any time. This method was very useful during the lean season or when the harvest was abundant. The activity implementation method is: Socialization in the village regarding the method of making and marketing emping crackers. Time and Place of Production: Name of Owner: Mrs. Mardiyah. Location: Sidodadi Village, Sibiru-biru District, Deli Serdang Regency. Time of socialization. The activity will be implemented in August 2023. Materials and Tools Used: Fresh cassava, grated coconut, Salt, gas stove, wok, Garlic, coriander (for flavor), Clean water and flour, Cooking oil, Plastic packaging and labels. The results of the community service program in the form of counseling on the Socialization of Emping Production and Marketing Methods: After the implementation of the service, the community group is proficient in making emping and also marketing it. After the implementation of counseling and training, there was a significant increase in economic growth and in calculating the financial analysis of the emping business made from cassava.*

**Keywords:** Socialization; Production; Marketing; Emping; Cassava

## PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan kuliner tradisional berbahan dasar hasil pertanian seperti singkong, jagung, dan ubi. Salah satu camilan khas yang masih dikonsumsi di pedesaan adalah “empleng” makanan ringan tradisional yang terbuat dari singkong atau jagung yang dikeringkan dan digoreng, mirip kerupuk. Usaha produksi empleng memiliki potensi ekonomi karena bahan bakunya murah dan mudah diperoleh, proses pembuatannya relatif sederhana, dan memiliki cita rasa khas yang digemari lintas usia. Dalam upaya pelestarian kuliner lokal sekaligus membuka peluang usaha, maka perlu dikembangkan produksi empleng secara terstandar dan dikemas menarik untuk pasar modern.

Tanaman singkong (*Manihot utilissima*) merupakan salah satu hasil komoditi pertanian di Indonesia yang biasanya dipakai sebagai bahan makanan. Seiring dengan perkembangan teknologi maka ubi kayu ini bukan hanya digunakan sebagai bahan makanan saja tetapi juga digunakan sebagai bahan baku industri.

Opak emping merupakan camilan tradisional khas pedesaan di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Empleng awalnya dibuat sebagai cara untuk mengawetkan bahan makanan seperti singkong dan jagung. Di masa lalu, masyarakat desa mengiris tipis singkong atau jagung, lalu menjemurnya untuk dijadikan persediaan makanan yang tahan lama dan bisa digoreng sewaktu-waktu. Cara ini sangat berguna saat musim paceklik atau ketika hasil panen melimpah.

Nama “empleng” berasal dari suara khas “kriuk” saat digigit yang dalam bahasa Jawa sering digambarkan dengan kata-kata bunyi seperti “empleng-empleng” untuk menggambarkan tekstur garing. Seiring waktu, makanan ini menjadi camilan ringan dan banyak dijual di pasar-pasar tradisional. Meski mulai tergerus oleh makanan ringan modern, empleng tetap digemari karena rasanya yang gurih dan renyah, serta dibuat dari bahan alami tanpa pengawet. Adapun jenis lain empleng seperti empleng singking, empleng jagung, empleng, empleng campur(mix), empleng modern(inovasi) dan empleng pakan ternak untuk peternakan.

Seiring meningkatnya permintaan terhadap produk makanan ringan tradisional yang memiliki cita rasa lokal, muncul banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengembangkan usaha kripik ini, baik secara rumahan maupun skala industri kecil. Namun, dalam menjalankan usaha tersebut, masih banyak pelaku yang belum melakukan pencatatan atau analisis finansial secara sistematis, sehingga kesulitan dalam menilai apakah usaha mereka benar-benar menguntungkan atau sekadar bertahan.

Opak singkong adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia yang berasal dari bahan dasar singkong (ketela pohon). Makanan ini telah menjadi bagian dari budaya kuliner masyarakat pedesaan sejak zaman dahulu, terutama di Pulau Jawa, seperti di daerah Jawa Barat dan Jawa Tengah. Pada masa kolonial, singkong menjadi makanan pokok alternatif ketika beras sulit diperoleh. Dalam upaya memanfaatkan hasil pertanian lokal secara maksimal, masyarakat mulai mengolah singkong menjadi berbagai makanan tahan lama, salah satunya opak. Opak singkong dibuat dengan cara menumbuk singkong yang telah dikukus, mencampurnya dengan bumbu sederhana (seperti garam, kelapa parut, dan bawang), lalu dicetak pipih dan dijemur sebelum digoreng.

Analisis finansial sangat penting untuk mengetahui gambaran menyeluruh tentang biaya produksi, pendapatan, serta keuntungan yang diperoleh. Dengan mengetahui aspek finansial secara detail, pelaku usaha dapat mengambil keputusan yang lebih tepat terkait pengembangan usaha, pengendalian biaya, strategi pemasaran, dan perencanaan keuangan jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tim pengabdian masyarakat ingin Mensosialisasikan cara pembuatan emping, pemasaran dan juga membuat lapotran analisis usaha empiong serta potensi pengembangan usaha dalam jangka panjang.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Pembuatan**

Pelaksanaan Sosialisai kegiatan dilaksanakan bulan Agustus 2023 dengan jumlah peserta 15 orang. Sedangkan Tempat pelaksanaan di rumah Ibu Mardiyah di Desa Sidodadi, Kec Sibiru-biru, Kab Deli Serdang. Waktu pelaksanaan sosialisasi .

### **Bahan dan Alat yang digunakan:**

- Singkong segar, parut kelapa
- Garam, kompor gas, kualii
- Bawang putih, ketumbar (untuk perasa)
- Air bersih dan tepung
- Minyak goreng
- Plastik kemasan dan label

### **Cara Pembuatan (berbasis singkong) secara berkelompok:**

1. Kupas dan cuci singkong, parut dan campurkan dengan kelapa.
2. Rendam dalam air garam dan bawang serta tepung, bumbu halus selama 2 jam.
3. Cetak adonan bulat tipis seperti piring kecil dan jemur hingga kering  $\pm$ 2 hari tergantung cuaca.
4. Setelah kering, simpan di tempat kedap udara seperti wadah kedap.
5. Goreng saat akan dijual, tiriskan dan kemas dalam plastik 250 gram.
6. Tambahkan label, tanggal produksi, dan izin edar

Sasaran kegiatan adalah kelompok ibu rumah tangga dan remaja yang tergabung dalam Kelompok Wanita pembuat emping. Kegiatan terbagi dalam dua sesi utama, yaitu:

### **Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Emping Singkong**

Peserta diberikan materi mengenai manfaat singkong sebagai sumber pangan alternatif, potensi pengolahan singkong menjadi produk bernilai jual tinggi, dan teknik pembuatan emping singkong yang renyah tanpa bahan pengawet.

Hasil: Sebanyak 15 peserta mengikuti pelatihan pembuatan emping dari awal, pengupasan, pengukusan, penumbukan, penjemuran, hingga penggorengan). Peserta berhasil menghasilkan emping singkong dengan rasa gurih dan tekstur yang renyah.

### **Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk**

Materi disampaikan mengenai pentingnya branding, kemasan menarik, perizinan produk (P-IRT), serta pemanfaatan media sosial dan marketplace lokal. Hasil: Peserta

membuat label sederhana, Sebanyak 10 peserta membuat akun media sosial untuk memasarkan produknya. Rencana tindak lanjut berupa pembentukan koperasi kecil dan pengajuan izin PIRT kepada Dinas Kesehatan setempat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil program pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk penyuluhan tentang Sosialisasi Cara pembuatan dan pemasaran emping:

1. Setelah pelaksanaan pengabdian, kelompok masyarakat mahir dalam pembuatan emping dan juga pemasarannya
2. Setelah pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam peningkatan ekonomi dan dalam memperhitungan analisis finansial usaha emping yang terbuat dari singkong

Hasil laporan setelah sosialisasi Analisis Usaha Emping

### A. Skala Produksi

10 kg singkong → ±30 bungkus emping (250 gram).

### B. Rincian Modal

Tabel 1. Rincian biaya modal awal

Komponen Biaya	Jumlah (Rp)
Singkong (10 kg x Rp 2.000)	20.000
Kelapa parut 1kg	8.000
Tepung beras 1kg	10.000
Bawang putih dan garam 1kg	51.000
Minyak goreng (2 liter)	40.000
Plastik kemasan (30 pcs)	15.000
Label cetak	20.000
Gas/kompor/operasional/tenaga,dll	80.000
<b>TOTAL MODAL</b>	<b>Rp 244.000</b>

### Pendapatan dan Keuntungan

Harga jual per bungkus (250 gram): Rp 14.000

Penjualan 30 bungkus: Rp 390.000

Keuntungan per batch: Rp 390.000 – Rp 244.000 = Rp 146.000

Jika produksi dilakukan 5 kali per minggu, maka keuntungan mingguan: Rp 146.000 × 5 = Rp 730.000. Keuntungan bulanan ± Rp 750.000 – 1.000.000 (skala rumahan)



Dokumentasi Saat Pembuatan Emping dan Emping yang telah dikemas

## **Target Pemasaran**

1. Ibu rumah tangga dan anak sekolah (snack sehat).
2. Toko oleh-oleh dan pusat jajanan tradisional.
3. Warung makan dan angkringan serta pedagang kaki lima.
4. Supermarket lokal (dengan izin edar).
5. Platform online (Shopee, Tokopedia, dll) melalui kemasan menarik.

Singkong (*Manihot esculenta*) merupakan komoditas lokal yang mudah didapat, memiliki kandungan karbohidrat tinggi, dan potensial dijadikan sebagai alternatif pangan dalam bentuk makanan ringan. Pengolahan menjadi emping singkong merupakan salah satu bentuk diversifikasi produk pangan lokal yang sederhana dan berdaya saing. Kegiatan ini bertujuan untuk: Meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah singkong secara ekonomis. Memberdayakan perempuan desa untuk mandiri secara finansial. Mendorong tumbuhnya wirausaha mikro berbasis sumber daya lokal.

Setelah pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman peserta mengenai: Cara pengolahan emping singkong yang higienis dan menarik. Pentingnya desain kemasan untuk menarik minat pasar. Strategi pemasaran online dan offline.

Menurut Indriani et al. (2021), pengembangan usaha mikro berbasis pangan lokal terbukti mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga apabila didukung dengan pelatihan keterampilan dan akses pemasaran. Hasil pengabdian ini selaras dengan temuan tersebut, di mana peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam pengembangan usaha emping singkong dan berkomitmen untuk produksi berkelanjutan. Selain itu, dukungan teknologi sederhana dan adaptif sangat penting dalam memberdayakan masyarakat pedesaan (Putri & Lestari, 2020). Dalam kegiatan ini, penggunaan alat sederhana seperti kukusan, cetakan emping, dan kompor gas sudah cukup untuk memulai usaha rumahan, sehingga kegiatan tidak menuntut biaya tinggi.

Dari segi pemasaran, pemanfaatan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp menjadi alternatif efektif bagi pelaku usaha mikro dalam memasarkan produk secara lokal (Sari & Nugroho, 2022). Oleh karena itu, pelatihan ini diarahkan untuk mengoptimalkan pemasaran digital yang terjangkau dan relevan dengan kondisi masyarakat desa.

Sosialisasi terkait pembuatan emping, menyusun laporan pemasaran emping terlaksana dengan lancar. Masyarakat mendapat manfaat yang banyak dari sosialisasi ini. Usaha produksi opak emping sebagai camilan tradisional berbahan dasar singkong merupakan peluang bisnis rumahan yang potensial dan bernilai ekonomi tinggi. Dengan memanfaatkan bahan lokal yang murah dan mudah diperoleh, proses pembuatan yang sederhana, serta cita rasa gurih yang khas, empleng dapat menjadi alternatif camilan sehat dan aman bagi masyarakat. Analisis usaha menunjukkan bahwa dengan modal relatif kecil, usaha empleng dapat menghasilkan keuntungan stabil, khususnya bila diproduksi secara konsisten dan dipasarkan dengan strategi yang tepat. Inovasi dalam rasa, kemasan, dan pemasaran digital akan meningkatkan daya saing produk di pasar modern. Selain itu, pengembangan usaha empleng dapat berkontribusi dalam pelestarian kuliner tradisional serta mendukung penguatan ekonomi masyarakat melalui UMKM berbasis pangan lokal. Dengan demikian, usaha emping tidak hanya bernilai bisnis, tetapi juga memiliki nilai budaya dan sosial yang penting untuk terus dikembangkan.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Sosialisasi Pembuatan dan Pemasaran Emping sebagai Makanan Ringan dari Singkong (*Manihot esculenta*)" telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan memperoleh respon positif dari peserta. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga dan pelaku UMKM, dalam mengolah singkong menjadi produk makanan ringan yang bernilai ekonomis tinggi.

Melalui kegiatan ini, peserta mendapatkan pemahaman mengenai potensi lokal singkong yang melimpah sebagai bahan baku emping, teknik pengolahan yang higienis dan tepat, serta strategi pemasaran yang efektif melalui media digital dan jejaring sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam proses produksi emping singkong, mulai dari tahap pemilihan bahan baku, pengirisan, penjemuran, penggorengan, hingga pengemasan.

Selain itu, peserta juga menunjukkan minat dan semangat untuk mulai mencoba memproduksi emping secara mandiri dan menjadikannya sebagai peluang usaha tambahan yang dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Sosialisasi ini juga membuka wawasan peserta tentang pentingnya inovasi produk dan branding dalam memperluas pasar dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat mendorong terciptanya wirausaha baru di bidang pengolahan pangan lokal, sekaligus meningkatkan nilai tambah komoditas singkong yang selama ini kurang dimanfaatkan secara optimal. Untuk keberlanjutan program, disarankan adanya pendampingan lanjutan dan pelatihan intensif terkait manajemen usaha dan pemasaran digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Produksi Singkong dan Jagung di Indonesia. Jakarta: BPS RI.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik UMKM Indonesia*. Diakses dari: <https://www.bps.go.id>
- Hidayat, R., & Yuliana, N. (2020). Potensi Singkong sebagai Pangan Alternatif dan Olahan UMKM. *Jurnal Pangan Lokal Nusantara*, 8(2), 112–119.
- Indriani, S., Rahmadani, D., & Yusuf, M. (2021). *Pemberdayaan Perempuan Melalui Usaha Olahan Pangan Lokal Berbasis Singkong*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 87–95.
- Kementerian Kesehatan RI. (2018). Pedoman Izin Edar Pangan Rumah Tangga. Direktorat Gizi Masyarakat.
- Sari, M. P., & Nugroho, R. A. (2022). *Strategi Digital Marketing UMKM Pangan Lokal di Era Pandemi*. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 3(1), 33–40.
- Suharti, R. & Nugroho, B. (2021). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suryani, T. (2019). Strategi Pengembangan Camilan Tradisional di Pasar Modern. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan UMKM*, 5(1), 22–30.
- Putri, D. P., & Lestari, S. (2020). *Pemanfaatan Teknologi Sederhana Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa*. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan*, 5(1), 55–61.