Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | LPPM UNSERA
Website: https://ejournal.unsera.ac.id/index.php/senama
E-ISSN: 3063-4849

Pelatihan Kewirausahaan Produk Ceplis Varian Rasa bagi Santri Pondok Pesantren Al-Irsyad Banten (Pendekatan Pemberdayaan Berbasis Potensi Lokal Emping Melinjo)

Abdul Malik
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Serang Raya
Email: malik.abdul@unsera.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan melalui kerja sama Universitas Serang Raya (UNSERA) dengan Pondok Pesantren Al-Irsyad Banten, yang ditujukan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan santri. Kegiatan pengabdian difokuskan pada pelatihan produksi ceplis emping melinjo varian rasa, tata kelola usaha sederhana, serta strategi pemasaran digital. Kegiatan diikuti oleh sebanyak 15 peserta, terdiri dari 14 santri dan 1 ustadzah pembina asrama, yang dipilih berdasarkan motivasi dan minat berwirausaha.
Metode pelaksanaan pelatihan meliputi: penyuluhan kewirausahaan, demonstrasi dan praktik produksi ceplis, pelatihan tata keuangan dan pembukuan sederhana, pelatihan pembuatan konten promosi digital, serta evaluasi dan refleksi. Bahan baku yang digunakan adalah emping melinjo sebagai potensi lokal unggulan wilayah Kabupaten Serang, didukung dengan penggunaan alat pemipih emping hasil inovasi UNSERA.
Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta mampu: (1) memproduksi ceplis emping dengan tiga varian rasa (cokelat, stroberi, dan mocha), (2) menyusun pembukuan sederhana dan menghitung laba–rugi, dan (3) membuat konten promosi produk untuk media sosial. Kegiatan ini mendapat respon positif dari santri dan pengelola pesantren, serta dinilai relevan untuk mendukung kemandirian ekonomi santri.

Kata kunci: ceplis, emping melinjo, kewirausahaan santri, pengabdian kepada masyarakat, pesantren

ABSTRACT

This Community Service (PKM) activity was implemented in collaboration between Serang Raya University (UNSERA) and the Al-Irsyad Islamic Boarding School in Banten. The activity focused on training in the production of melinjo chips (ceplis emping melinjo) in various flavors, simple business management, and digital marketing strategies. Fifteen participants, consisting of 14 students and one female dormitory supervisor, were selected based on their motivation and interest in entrepreneurship.
The training included entrepreneurship counseling, demonstrations and practical sessions on ceplis production, training in simple financial management and bookkeeping, training in digital promotional content creation, and evaluation and reflection. The raw material used was melinjo chips, a leading local resource in Serang Regency, supported by the use of an innovative emping flattener, developed by UNSERA.
The results of the implementation showed that participants were able to: (1) produce ceplis emping with three flavors (chocolate, strawberry, and mocha), (2) prepare simple bookkeeping and calculate profit and loss, and (3) create product promotional content for social media. This activity received a positive response from students and Islamic boarding school administrators, and was deemed relevant to supporting students' economic independence.

Keywords: *ceplis, emping melinjo, student entrepreneurship, community service, Islamic boarding school*

1. PENDAHULUAN

Sebagai lembaga pendidikan keagamaan, pondok pesantren memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pemberdayaan ekonomi umat (Qalbia & Saputra, 2023). Melalui semangat kewirausahaan yang ditanamkan santri tidak hanya dipersiapkan sebagai kader dakwah, tetapi juga diharapkan memiliki kemandirian ekonomi setelah lulus nanti. Di sisi lain, banyak santri yang belum memiliki keterampilan praktis dan pengalaman usaha yang memadai sehingga cenderung bergantung pada kerja formal atau orang lain setelah menyelesaikan pendidikan (Paryanti, dkk., 2024).

Pondok Pesantren Al-Irsyad Banten berlokasi di Kecamatan Waringin Kurung, Kabupaten Serang. Secara umum wilayah Kabupaten Serang, khususnya Kecamatan Waringin Kurung dikenal sebagai sentra produksi emping melinjo (Tabroni, 2021). Namun, potensi lokal ini belum sepenuhnya dioptimalkan oleh pesantren sebagai basis pengembangan usaha kreatif, atau bahkan dijadikan semacam Badan Usaha Milik Pesantren (BUMPes). Padahal, BUMPes sebagai unit bisnis yang dimiliki dan dikelola oleh pesantren memiliki peran strategis dalam rangka mendukung kemandirian ekonomi, memenuhi kebutuhan santri/internal, dan sekaligus mengembangkan keterampilan wirausaha santri (Fauzi & Setiabudi, 2024; Chaeroel, 2023). Kendati demikian pengelola Pesantren Al-Irsyad cukup memiliki komitmen untuk mendorong santri memiliki jiwa wirausaha. Hal tersebut setidaknya tercermin dalam orientasi yang dibangun untuk santri melalui berbagai kegiatan dan aktivitas di lingkungan pesantren, yakni menjadikan santri sebagai entrepreneur atau wirausahawan muslim. Hanya saja kegiatan terkait kewirausahaan di lingkungan pesantren tersebut belum terpola dengan baik dan masih bersifat parsial. Di sisi lain pesantren juga belum memiliki modul pelatihan kewirausahaan yang sistematis serta pendampingan teknis yang memadai.

Merespons akan kebutuhan tersebut, tim PKM dari Universitas Serang Raya menyusun program pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal berupa produksi ceplis emping melinjo varian rasa, tata kelola usaha sederhana, dan strategi pemasaran. Kegiatan dirancang dengan pendekatan praktis, yakni bersifat aplikatif dan partisipatif, dengan target keluaran berupa:

1. Santri terampil memproduksi ceplis emping sebagai produk unggulan pesantren.
2. Santri memahami dasar tata kelola usaha dan pembukuan sederhana.
3. Tersedia konten promosi digital dan desain kemasan sederhana.
4. Terbentuk embrio unit usaha kecil pesantren berbasis produk ceplis.

Adapun mengapa Pondok Pesantren Al-Irsyad dipilih menjadi mitra pengabdian terkait dengan pelatihan ini dilatarbelakangi oleh sejumlah alasan. Antara lain: *Pertama*, sejauh ini belum adanya program pelatihan kewirausahaan s yang terstruktur. Dengan demikian santri belum memiliki akses pelatihan yang sistematis terkait produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran produk. Selama ini kegiatan kewirausahaan yang ada masih bersifat insidental dan belum berbasis kurikulum pelatihan yang jelas. *Kedua*, belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal emping melinjo. Meski emping melinjo mudah dijumpai dan dikenal luas, santri belum banyak terlibat dalam pengolahan dan pengembangannya menjadi produk turunan yang bernilai jual lebih, seperti ceplis varian rasa. *Ketiga*, keterbatasan pengetahuan tentang tata kelola usaha dan pembukuan. Sebagian besar santri belum terbiasa dengan pencatatan keuangan usaha, perhitungan harga pokok produksi, dan pengelolaan laba–rugi. *Keempat*, belum terbangunnya strategi pemasaran berbasis digital. Pemanfaatan media sosial untuk promosi produk pesantren sejauh ini masih belum optimal. Karena itu santri memerlukan pengetahuan teknis pembuatan konten promosi yang sederhana namun menarik.

Alasan-alasan sebagaimana dimaksud, menjadi dasar perancangan program PKM ini, dengan pendekatan pelatihan yang aplikatif dan terarah. Dengan demikian nantinya diharapkan kegiatan ini dapat

menjadi program yang berkelanjutan dan bisa menjadi embrio terbentuknya BUMPes.

Secara umum, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan santri Pondok Pesantren Al-Irsyad Banten melalui pelatihan dan pendampingan produksi, pengelolaan, dan pemasaran produk ceplis emping melinjo. Sedangkan secara khusus tujuan kegiatan ini adalah untuk:

1. Memberikan pelatihan teknis produksi ceplis emping melinjo varian rasa.
2. Membekali santri dengan keterampilan tata kelola usaha dan pembukuan sederhana.
3. Mengajarkan strategi pemasaran dasar, termasuk pembuatan konten promosi digital.
4. Mendorong terbentuknya embrio unit usaha santri berbasis produk ceplis di lingkungan pesantren.

2. METODE PELAKSANAAN

Sementara itu untuk metode pelaksanaan kegiatan pengabdian meliputi: 1) Penyuluhan (ceramah interaktif), dilakukan untuk memberikan pemahaman dasar tentang kewirausahaan, pemanfaatan potensi lokal, dan gambaran rantai nilai usaha; 2) Demonstrasi dan praktik (workshop), yang digunakan pada sesi produksi ceplis, pembukuan, serta pembuatan konten promosi, di mana deserta dilibatkan langsung dalam setiap tahapan; 3) Pendampingan terbatas (coaching), dilakukan selama pelatihan untuk membantu santri memecahkan kendala teknis saat praktik; dan 4) Diskusi dan refleksi, digunakan pada sesi evaluasi untuk mendapatkan umpan balik peserta dan menyusun rencana tindak lanjut.

Peserta kegiatan ini berjumlah 15 orang, terdiri dari: 14 santri yang bermukim di asrama, duduk di kelas 2 dan 3 SLTA, dan 1 ustadzah pembina asrama putri sebagai perpanjangan tangan pengawasan program. Peserta dipilih melalui rekomendasi pengelola pesantren dengan kriteria: memiliki motivasi dan minat berwirausaha, aktif dalam organisasi santri, bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Adapun Kegiatan dilaksanakan di lingkungan Pondok Pesantren Al-Irsyad Banten selama lima sesi pertemuan, masing-masing berdurasi ± 2–3 jam, dalam rentang satu bulan (disesuaikan dengan kalender pesantren dan jadwal santri).

Untuk kepentingan pelatihan maka dibutuhkan baik bahan maupun peralatan yang terdiri. Untuk bahan baku berupa buah melinjo tua (emping mentah), minyak goreng, bumbu/taburan rasa (cokelat, stroberi, mocha), plastik kemasan dan stiker label produk. Sedangkan peralatan terdiri dari kompor dan wajan, alat pemipih emping hasil inovasi UNSERA, alat peniris minyak, timbangan digital, sealer plastik, dan telepon seluler santri untuk pembuatan konten (kamera dan aplikasi edit sederhana).

Pelatihan terdiri dari dua tahapan, yakni persiapan dan pelaksanaan. Sebagai tahapan persiapan dilakukan kegiatan antara lain koordinasi dengan pengelola pesantren mengenai jadwal dan peserta, pengadaan bahan baku dan peralatan, serta penyusunan modul singkat materi pelatihan. Sedangkan tahapan pelaksanaan adalah kegiatan pelatihan itu sendiri yang terdiri dari 5 (lima)sesi pertemuan. Sesi pertama berupa pengantar kewirausahaan dan produk ceplis, motivasi, pengenalan bahan baku dan alat, serta sesi testimoni rasa dari para peserta. Sesi kedua berisi materi tentang tata kelola usaha dan pembukuan sederhana (biaya, harga jual, laba–rugi), dan praktik pencatatan. Sesi ketiga tentang pembuatan konten promosi dan dasar pemasaran digital (storyline, foto/video produk, caption). Sesi keempat tentang praktik produksi dan pengemasan ceplis (proses lengkap, dari menyangrai hingga kemasan jadi). Sesi kelima berisi evaluasi, refleksi, pengisian kuesioner, dan penyusunan rencana tindak lanjut.

Sebagai bahan evaluasi dan rencana keberlanjutan juga dilakukan pengumpulan umpan balik dari peserta dan pengelola pesantren berupa kuesioner, identifikasi santri yang paling siap menjadi penggerak usaha, dan dsiskusi lanjutan dengan pihak pesantren mengenai kemungkinan pembentukan unit usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Selama pelaksanaan kegiatan, para santri peserta pelatihan sangat antusias mengikuti setiap fase dan materi yang disampaikan oleh intruktur baik bersifat teori maupun praktik. Mereka juga aktif bertanya sekaligus melakukan praktik sebagaimana diminta dan diinstruksikan. Berdasarkan obseravasi dan dikutakan dengan hasil wawancara, berikut ini hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan tersebut.



Pertama, peningkatan keterampilan produksi ceplis. Setelah diberikan paparan dan penjelasan terkait dengan pelatihan maupun praktik pembuatan ceplis dari melinjo, serta demonstarsi dan praktik langsung pembuatannya, para santri peserta pelatihan mampu mengolah melinjo menjadi emping pipih dengan menggunakan alat pemipih karya inovatif Unsera. Mereka juga mampu menyangrai dan menggoreng ceplis hingga tingkat kematangan yang sesuai, yakni renyah dan tidak gosong. Demikian pula di tahap berikutnya, yakni membuat ceplis emping dengan tiga varian rasa (cokelat, stroberi, mocha). Mereka mampu memadukan ceplis dengan unsur perasa tadi dengan cukup baik, dalam arti tidak terlalu banyak juga tidak terlalu sedikit yang diketahui dari hasil tester. Dalam hal pengemasan pun demikian. Para peserta mampu mengemas produk olahan tersebut ke dalam plastik berlabel, dengan takaran berat yang konsisten.

Produk yang dihasilkan telah diuji coba oleh peserta dan pengelola pesantren. Secara umum, sebagaimana testimoni para peserta dan pengelola pesantren, kualitas rasa dan kerenyahan dinilai baik dan memiliki potensi untuk dijual sebagai produk khas pesantren.

Peningkatan Pemahaman Tata Kelola Usaha

Selain belajar tentang apa dan bagaimana membuat dan memproduksi ceplis emping berbagai varian rasa, para santri peserta pelatihan juga diajarkan tentang tata kelola usaha dari sisi manajerial keuangan. Dalam hal ini peserta diajarkan tentang pembukuan sederhana, tentang bagaimana menghitung laba dan rugi, dan hal-hal terkait lainnya.

Oleh instruktur mereka diminta membuat contoh proyek usaha berbasis ceplis emping, dengan tahapan menghitung tentang biaya bahan baku per kemasan, biaya pendukung (gas/minyak, plastik, label), serta penentuan harga jual dengan margin keuntungan sederhana. Setelah itu masing-masing peserta diminta mempresentasikan hasilnya.

Dari hasil observasi dan pengamatan selama kegiatan di sesi ini, sebagian besar peserta cukup mampu mengisi format pembukuan dasar (pencatatan pengeluaran dan pemasukan) meskipun masih memerlukan pendampingan untuk perhitungan lebih rinci dan. Namun, setidaknya praktik tata kelola keuangan ini menjadi modal awal dan amat berharga bagi mereka untuk dapat menjalankan usaha kecil yang transparan dan terukur.

Kemampuan Dasar Pemasaran Digital dan Konten Promosi

Sementara itu pada sesi pembuatan konten promosi, setelah diberikan pemahaman dan penjelasan serta praktik langsung, para santri peserta pelatihan cukup mampu dan trampil menyusun alur cerita singkat tentang produk ceplis

pesantren, mengambil foto sesuai angle sesuai yang diarahkan dan video pendek proses produksi dan produk jadi, termasuk saat menyusun caption promosi sederhana untuk media sosial (misal WhatsApp dan Instagram).

Sebelum ditayangkan di akhir sesi, konten yang diproduksi oleh santri peserta pelatihan terlebih dahulu dievaluasi bersama instruktur dan pengelola pesantren. Kegiatan pembuatan konten digital ini selain dapat menumbuhkan kreativitas santri dan memperkenalkan mereka pada praktik pemasaran berbasis media digital yang dekat dengan keseharian generasi muda, juga memiliki dampak lain, yakni promosi pesantren.

"Jadi konten ini kan bakal tayang di media sosial. Ini menarik, karena punya dampak promosi untuk pesantren juga, sehingga Pesantren Al-Irsyad dapat semakin dikenal di masyarakat. Dikenal pesantrennya, dikenal kewirausahaannya juga," kata Ustad Feri selaku pengelola pesantren.

Respon Pesantren dan Rencana Unit Usaha

Pihak pesantren, melalui Ketua Yayasan K.H. Buchori Arsyad, memberikan apresiasi dan menyatakan dukungan terhadap keberlanjutan program. Pihak pesantren berharap santri tidak hanya berhenti pada pelatihan, tetapi melanjutkan usaha ceplis sebagai produk unggulan pesantren sekaligus sarana latihan kewirausahaan santri.

Menurutnya, pesantren memiliki potensi besar dalam menggerakkan ekonomi umat. Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan seperti ini perlu terus dilakukan, bahkan jika mungkin lebih terencana lagi dan ada keberlanjutannya. Dengan demikian, selain memiliki kemampuan di bidang agama, santri juga memiliki kemampuan di bidang wirausaha, sehingga selepas lulus nanti santri bisa mandiri dalam arti dapat membuka usaha sendiri. Sedangkan kepentingannya untuik pesantren adalah bahwa pelatihan seperti ini bisa menjadi embrio untuk membuka dan mengelola badan usaha milik pesantren.

"Pesantren ini sebetulnya sudah memiliki semacam badan usaha, namun belum terkelola secara maksimal. Nah, kegiatan pelatihan ini juga bisa menjadi sarana bagi kami untuk mengoptimalkan kembali badan usaha yang sudah ada embrionya tersebut," kata K.H. Buchori.



Luaran Kegiatan

Dari serangkaian pelatihan ini diperoleh luaran nyata yang meliputi: *Pertama*, produk prototipe berupa ceplis emping melinjo dengan tiga varian rasa yang siap jual. *Kedua*, modul singkat pelatihan, yang berisi materi dasar kewirausahaan, pembukuan sederhana, dan pemasaran digital untuk santri. *Ketiga*, konten promosi digital. Beberapa video pendek dan foto produk yang dapat digunakan sebagai materi promosi awal. *Keempat*, peningkatan kapasitas SDM santri. Dalam hal ini sebanyak 15 peserta memiliki pengalaman konkret dalam memulai usaha kecil berbasis potensi lokal. *Kelima*, dokumentasi dan laporan PkM sebagai bahan pengembangan program dan publikasi ilmiah pengabdian.

Hambatan dan Solusi

Kegiatan pelatihan ini tentu saja bukan tanpa hambatan. Beberapa hambatan yang ditemui antara lain:

1. Keterbatasan waktu pelatihan. Lima sesi pertemuan dinilai belum cukup untuk pendalaman materi, terutama pada aspek pembukuan dan pemasaran. Solusi yang ditawarkan adalah fokus materi pada hal-hal yang paling aplikatif, dan menyusun rekomendasi pendampingan lanjutan.

2. Tempo penyampaian materi keuangan yang dirasa cepat. Beberapa santri membutuhkan pengulangan penjelasan. Solusinya adalah penyesuaian kecepatan penyampaian, penggunaan contoh konkret, dan latihan soal sederhana.
3. Keterbatasan fasilitas untuk produksi skala besar. Saat ini produksi masih pada skala latihan. Solusinya adalah menyarankan pengelola pesantren melakukan investasi bertahap pada peralatan tambahan bila usaha ini akan dilanjutkan.

Kendati demikian, secara umum hambatan yang muncul bersifat teknis dan dapat diatasi melalui penyesuaian metode pelatihan dan perencanaan lanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan produk ceplis emping melinjo varian rasa di Pondok Pesantren Al-Irsyad Banten berhasil:

1. Meningkatkan keterampilan santri dalam memproduksi dan mengemas produk ceplis berbasis potensi lokal.
2. Membekali santri dengan pengetahuan dasar tata kelola usaha dan pembukuan sederhana.
3. Mengenalkan strategi pemasaran digital melalui pembuatan konten promosi sederhana.
4. Memantik komitmen pesantren untuk mengembangkan produk ceplis sebagai cikal bakal unit usaha santri.

Dari sisi pengabdian, kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi perguruan tinggi dan pesantren dapat langsung menyasar peningkatan kapasitas santri secara konkret melalui pelatihan terstruktur, praktik langsung, dan pendampingan.

Rekomendasi

1. Pendampingan lanjutan diperlukan, terutama dalam aspek pembukuan, pencatatan stok, dan pengembangan jaringan pemasaran.
2. Pesantren dapat membentuk tim usaha santri resmi yang bertanggung jawab mengelola produksi dan penjualan ceplis.
3. Perlu penyusunan standar operasional prosedur (SOP) sederhana untuk produksi dan pengemasan produk.
4. Ke depan, produk dapat dikembangkan ke varian rasa baru dan desain kemasan lebih profesional agar memiliki daya saing lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Fauzi, Sahrul & Setiabudi, Agung. (2024). Membangun Badan Usaha Milik Pesantren (BUMP) Dalam Upaya Menjaga Stabilitas Keuangan Pondok Modern Al-Jauhar Riau. JPMP: Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 1(1). https://doi.org/10.65226/jpmp.v1i1.16

Lia Paryanti, E., Irhamudin, I. and Wijaya, A. (2024) “Kontribusi Pondok Pesantren dalam Mengembangkan Kemandirian dan Kreativitas Santri”, *Moderasi : Journal of Islamic Studies*, 4(2), pp. 271–286. doi: 10.54471/moderasi.v4i2.79.

Lucy, Chairoel, dkk. (2023). Evaluasi Pemahaman Tentang Kewirausahaan, Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharma Andalas. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas, Vol. 25(2). https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.1000

Tabroni, T. (2021). INOVASI DAN PENGEMBANGAN UMKM EMPING MELINJO PADA MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN OPTIMALISASI MEDIA PEMASARAN DAN ALAT PRODUKSI. Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. https://doi.org/10.46576/RJPKM.V2I2.1111

Qalbia, F., & Saputra, M. R. (2023). Kontribusi Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Jurnal Riset Manajemen*, *1*(4), 437–449. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i4.2666