

Kreativitas UMKM Bola-Bola Ubi Menyulap Ubi Menjadi Camilan Populer di Jatisawit

Ades Panja Neto¹, Ivan Achmad Nurcholis²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Ades Panja Neto

E-mail: ades2302200@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jenis kegiatan ekonomi yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan untuk kelangsungan hidupnya. Di desa Jatisawit kurangnya pengetahuan masyarakat bagaimana cara mengelola SDA seperti mengelola hasil ubi mereka menjadi sebuah produk untuk dipasarkan ditambah juga permasalahan cara pemasarannya dan yang merantau menjadi salah satu dari sekian permasalahan yang ada pada masyarakat desa Jatisawit, kecamatan Jatiyoso, kabupaten Karanganyar karena masalah ini desa Jatisawit menjadi desa yang kekurangan sumber daya manusia dan kurang memaksimalkan potensi yang ada didalamnya. Hal ini membuat UMKM yang ada di desa Jatisawit berada pada angka yang rendah. Maka, penulis melakukan sosialisasi pengenalan produk dan tata cara pengolahan bahan pangan yang lebih berinovasi. Kemudian penulis mengajarkan cara untuk memasarkan produk tersebut ke media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram dll. Agar bisa dipasarkan keluar daerah metode yang digunakan dalam program ini adalah sosialisasi terutama kepada ibu-ibu PKK. Dengan materi yang disampaikan dan masalah yang telah ditemukan penulis telah memaparkan materi dan sesi tanya jawab sehingga dapat membantu meningkatkan jumlah pelaku UMKM desa Jatisawit dan memberikan peluang besar bagi warga tanpa harus merantau, masyarakat menjadi termotivasi, membuat gagasan-gagasan terbaru untuk produk baru, dan bisa meningkatkan peluang kerja dan pendapatan UMKM. Hasil yang didapat adalah program kerja ini menginspirasi masyarakat yang belum menjadi pelaku UMKM, yang lebih modern dan berinovasi dimasa sekarang.

Kata Kunci – UMKM, Ubi, Camilan

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the type of economic activity that is mostly carried out by Indonesian people as a basis for obtaining income for their survival. In Jatisawit village, there is a lack of community knowledge on how to manage natural resources, such as managing their sweet potato products into a product to be marketed, plus the problem of how to market them. And those who migrate are one of the many problems that exist in the community of Jatisawit village, Jatiyoso sub-district, Karanganyar district. Because of this problem, Jatisawit village has become a village that lacks human resources and not maximizing the potential within it. This makes the MSMEs in Jatisawit village have a low number. So, the author carried out socialization on product introductions and more innovative food processing procedures. Then the author taught how to market these products on social media such as Facebook, WhatsApp, Instagram, etc. so that they can be marketed outside the region. The method used in this program is outreach, especially to PKK women. With the material presented and the problems that have been found, the author has presented material and a question and answer session so that it can help increase the number of MSMEs in Jatisawit village and provide great opportunities for residents without having to migrate, the community becomes motivated, creates the latest ideas for new products, and can increase job opportunities and income for MSMEs. The results obtained are that this work program inspires people who are not yet MSME players, who are more modern and innovative today.

Keywords – MSMEs, Sweet Potatoes, Snacks

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam sektor pengolahan pangan. Di Indonesia UMKM tidak hanya pergerak ekonomi lokal tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengetasan kemiskinan. Sektor pangan merupakan kebutuhan dasar bagi masyarakat dengan pertumbuhan populasi yang terus meningkat, permintaan terhadap produk pangan juga semakin tinggi. UMKM dalam pengolahan pangan berperan dalam menyediakan produk yang variatif, mulai dari makanan tradisional hingga inovasi modern yang mengikuti trend konsumen.

Desa Jatisawit Kecamatan Jatisoyo Kabupaten Karanganyar Provinsi Jawa Tengah yang dikelilingi oleh keindahan alam tidak hanya terkenal akan pesonanya, tetapi juga sebagai pusat perkembangan ekonomi melalui Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM). Di desa ini UMKM berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan warga menciptakan peluang kerja, dan menjaga warisan kuliner lokal. Salah satu produk yang semakin diminati adalah bola-bola ubi, camilan yang terbuat dari bahan baku lokal yang kaya gizi. Keberadaan UMKM bola-bola ubi mencerminkan kreativitas dan inovasi masyarakat dalam mengolah bahan tradisional menjadi produk yang banyak diminati oleh pasar. Selain itu, UMKM berkontribusi dalam memperkenalkan keanekaragaman kuliner khas desa kepada audiens yang lebih luas melalui kerjasama antara pelaku usaha, pemerintah dan masyarakat. Desa ini berkomitmen untuk mengembangkan UMKM secara berkelanjutan dengan demikian UMKM tidak hanya memberikan dampak ekonomi, tetapi juga berperan dalam menjaga identitas budaya desa. Namun permasalahannya yang ada di UMKM kurangnya pengetahuan masyarakat bagaimana cara mengolah SDA seperti mengolah hasil ubi mereka menjadi sebuah produk untuk dipasarkan ditambah juga permasalahan cara pemasarannya serta keterbatasan dana untuk mengolah hasil ubi lebih berinovatif karna kurangnya pengetahuan pelaku UMKM memakai media sosial menjadi penghambat pemasaran produk mereka, dengan ini penulis melakukan sosialisasi tentang inovasi mengolah ubi menjadi produk makanan bola-bola serta mengajari pelaku UMKM tentang penggunaan sosial media agar dapat membantu memasarkan produk mereka sampai keluar daerah, untuk keterbatasan dana pelaku UMKM dapat melakukan produksi yang tidak terlalu banyak terlebih dahulu sehingga dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di desa Jatisawit.

METODE

Kegiatan penelitian ini dilakukan di dusun Geneng desa Jatisawit kecamatan Jatisoyo, kabupaten Karanganyar provinsi Jawa Tengah. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 12 Agustus 2024 di GOR pada pukul 13:00-16:00 WIB di balai desa Jatisawit penelitian ini dilakukan bersama ibu-ibu PKK desa Jatisawit berjumlah 80 orang. Dalam pengembangan produk bola-bola ubi ini pelaku UMKM dapat membuat banyak variasi rasa agar bisa menarik pembeli, pelaku UMKM juga bisa menyediakan testimoni setiap rasa untuk dicoba konsumen dan juga konsumen dapat melihat proses produksinya secara langsung.

1. Untuk menganalisis dampak UMKM terhadap ekonomi di desa Jatisawit sebelumnya dilakukan dengan mengumpulkan data dari wawancara dengan para pelaku usaha
2. Proses produksi bola-bola ubi dilakukan dengan bahan alami tanpa bahan pengawet, pemilihan bahan baku hingga pengemasan menggunakan mika agar terlihat menarik dan lebih aman dan agar tidak terjadi kerusakan.
3. Terus dilakukan juga wawancara tentang apa saja kendala dari pelaku usaha dalam pemasaran produk mereka. Setelah itu kita memberikan saran kepada pelaku usaha untuk memposting produk tersebut di sosial media terutama Facebook, WhatsApp, Instagram dll. agar dapat memperluas produk mereka kepada orang luar daerah. Metode Analisis yang digunakan adalah Analisis kualitatif. Metode ini fokus pada pengumpulan dan analisis data non-numerik untuk memahami fenomena sosial dan perilaku. Data dapat didapatkan dari wawancara

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

mendalam, diskusi kelompok atau observasi. Menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur untuk mengungkap pengalaman, tantangan, dan strategi pelaku UMKM. Mengategorikan jawaban ke dalam tema atau pola untuk mengidentifikasi trend dan isu utama yang menggunakan perangkat lunak analisis kualitatif seperti N Vivo untuk memudahkan pengorganisasian data dan pencarian pola. Temuan yang mendalam tentang persepsi, motivasi, dan dampak sosial ekonomi UMKM terhadap komunitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan ini semoga dapat membantu perekonomian di desa Jatisawit dengan memanfaatkan hasil SDA atau SDM di desa mereka untuk peningkatan peluang bisnis dan menambah masyarakat berwirausaha terutama di UMKM dengan memanfaatkan ubi yang ada di desa mereka menjadi produk makanan bola-bola ubi. UMKM tersebut juga dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha kita juga berharap agar masyarakat dapat menambah produk terbaru untuk UMKM dan mempertahankan produk yang sudah ada. Dengan kegiatan sosialisasi kepada ibu-ibu PKK tersebut yang mana biasanya ubi diolah menjadi gorengan, kue kukus dan direbus mereka bisa mengolah menjadi bola-bola ubi yang menjadi makanan sehat dan menarik untuk dipasarkan. Proses pembuatannya dimulai dengan mengukus ubi, kemudian ditumbuk dan dicampur dengan terigu serta susu bubuk hingga adonan halus dan tidak melekat pada adonan. Adonan yang sudah dibentuk menjadi bola-bola berisi keju didalamnya, digoreng hingga matang, dan diberi topping dengan aneka rasa seperti keju, meses dll. Untuk memulai usaha seseorang harus mempunyai niat dari hati pribadi bukan paksaan dari siapapun dan juga mempunyai rasa pantang menyerah dan mempunyai keahlian dalam mengolah pemasarannya terutama medsos agar produk mereka cepat terkenal konsumen dari luar daerah desa Jatisawit.

Keunggulan: pemanfaatan ubi sebagai produk lokal yang diolah menjadi bola-bola ubi sudah relevan dan berpotensi membantu perekonomian UMKM di desa Jatisawit. Produk ini menawarkan variasi menarik seperti topping oreo dan keju yang bisa meningkatkan daya tarik pasar. Kelemahan: cara pemasaran produk dan juga biaya produksi, tetapi penulis sudah memberi solusi untuk pemasarannya seperti cara pemasaran biasa menggunakan sosial media seperti Facebook, WhatsApp, Instagram untuk biaya produksinya dengan membuat produknya sedikit saja jangan langsung memproduksi banyak.

Tabel 1.

Persentase pekerja penduduk		
Jumlah petani	Jumlah pedagang	Perantau
30%	30%	40%



Gambar 1.

Dokumentasi kegiatan

KESIMPULAN

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengembangan ekonomi lokal. Meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti akses modal pemasaran dan teknologi, banyak UMKM yang berhasil beradaptasi dan berkembang keberadaan program pemerintah dan dukungan dari lembaga keuangan serta komunitas dapat daya saing UMKM. Selain itu digitalisasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan visibilitas dan efisiensi operasional UMKM terutama didesa Jatisawit agar masyarakat dapat mengembangkan UMKN didesa tersebut.

Penulis telah memberikan pelatihan dan mengajarkan kepada audience bagaimana cara mengembangkan produk yang telah dibuat selain diberikan juga cara mengelola keuangan untuk biaya produksi yang dimana audience masih banyak belum mengenal atau mengetahui cara memasarkan produk lewat media sosial dan mengelola keuangan untuk biaya produksi, dan berharap audience dapat mengembangkan platform pemasaran digital yang mendukung UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk memanfaatkan media sosial dan *e-commerce*

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah (PTMA) seIndonesia telah memberikan materi agar berjalan dengan baik, terimakasih juga kepada masyarakat Jatisawit, kami ucapkan kepada pelaku UMKM yang telah bersedia membagikan pengalaman dan pengetahuan UMKM ini, dan kami juga mengucapkan terimah kasih kepada bapak ahmad baihaqi SE,M.SEI yang telah membimbing kami selama 40 hari dalam kegiatan KKN.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- Fauzi, R. U. A., Kadi, D. C. A., Ernanda, G. K. S., Triwidya, P., & Adhelia, S. (2021). Keefektifan peran digital marketing melalui media sosial dalam proses pemasaran produk galeri UMKM ekawira, Kare Madiun. *Indonesia Berdaya*, 2(1), 21-30.
- Gomes, G., Seman, L. O., Berndt, A. C., & Bogoni, N. (2022). The role of entrepreneurial orientation, organizational learning capability and service innovation in organizational performance. *Revista de Gestão*, 29(1), 39-54.
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., Damayanti, R. Y., & Yani, K. E. M. (2023). Labeling, packaging, dan branding sebagai peningkatan minat beli konsumen pada UMKM Selai Srikaya Jumbo Desa Pupus Lembayan Magetan. *CITAKARYA Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(01), 1-12.
- Mahalizikri, I. F. (2019). Membangun dan mengembangkan serta meningkatkan UMKM di Desa Tenggayun. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 185-194.