

Inovasi Produk Olahan Ubi untuk Mengembangkan UMKM di Desa Talang Nangka Kabupaten Muara Enim

**Permata Rahmadanty¹, Rum Hendarmin², Meilin Veronica³,
Muhammad Bahrul Ulum⁴**

^{1,2,3,4} Jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Kota Palembang, Sumatra Selatan, Indonesia

e-mail : permatarahmadanty4@gmail.com

Abstrak

Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang direncanakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelakunya usaha perorangan. Desa Talang Nangka yang terletak di Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim menjadi salah satu titik fokus penulis untuk melihat potensi UMKM khususnya pada produk pangan dan olahan Ubi. Adapun yang menjadi tujuan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu diharapkan dapat membantu masyarakat meningkatkan pendapatan usahanya dengan dilakukan pendampingan secara langsung terkait pengembangan inovasi produk olahan ubi yang tepat. Inovasi produk pada makanan saat ini penting untuk dikembangkan karena industri khususnya makanan merupakan industri yang besar di Indonesia. Untuk itu perlu ada pengembangan inovasi produk makanan yang dijual. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan salah satu warga di Desa Talang Nangka sehingga dapat membantu masyarakat untuk memiliki produk kuliner lokal yang diharapkan mampu bersaing di pasaran karena memenuhi standar kemasan dan varian produk yang cukup mendukung perkembangan UMKM lokal.

Kata kunci: *Inovasi Produk; Olahan Ubi; Desa Talang Nangka*

Abstract

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are one of the business sectors that can develop and be consistent in the national economy. Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are a good platform for job creation planned by the government, the private sector and individual business actors. Talang Nangka Village, which is located in Lembak District, Muara Enim Regency, is one of the focus points for the author to see the potential of MSMEs, especially in food products and processed sweet potatoes. As for the purpose of implementing this community service program, it is hoped that it can help the community increase their business income by providing direct assistance related to the development of appropriate cassava processed product innovations. Product innovation in food is currently important to develop because the industry, especially food, is a large industry in Indonesia. For this reason, it is necessary to develop innovative food products that are sold. This community service activity involves one of the residents in Talang Nangka Village so that it can help the community to have local culinary products which are expected to be able to compete in the market because they meet packaging standards and product variants that are sufficient to support the development of MSMEs local.

Keywords: *Product Innovation, Processed Sweet Potatoes, Talang Nangka Village*

PENDAHULUAN

Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Kurniasari, Ajeng, Pauzy, Depy Muhamad, & Lestari, Suci Putri 2022).

Sumatera Selatan merupakan salah satu dari banyak provinsi yang memiliki destinasi wisata maupun beragam kekayaan alam (Rahma, 2020). Salah satunya yaitu Kabupaten Muara Enim yang memiliki potensi yang menghasilkan kopi, buah nanas dan kemplang ubi yaitu di Kecamatan Lembak, Desa Talang Nangka. Desa ini memiliki luas Luas Lahan Pemukiman yakni 20 Ha dengan Jumlah Luas Wilayah 1.670 Ha. Dengan penduduk yang berjumlah 2.404 jiwa. Desa Talang Nangka merupakan Desa pertanian, maka sebagian besar penduduknya bermata pencarian sebagai petani. Namun tak banyak juga masyarakat disini bekerja sebagai pengrajin keripik ubi mentah dan kemplang panggang yang menggunakan bahan dasar ikan sarden. daerah ini menghasilkan produk keripik ubi dan kerupuk berbahan dasar ikan (Freolina et al., 2022). Biasanya produk ini dijual ke pasar tradisional atau dikirim ke wilayah antar desa ataupun Kota Palembang dan Kota Prabumulih.

Dalam perkembangannya desa ini memiliki sebagian warga yang bertekun sebagai pengembang produk kuliner lokal, namun sayangnya produk kuliner saat ini hanya dikemas dengan kemasan yang sangat sederhana yaitu menggunakan plastik transparan dan untuk pemasarannya masih sangat terbatas hanya di pasar tradisional / kalangan yang dijual di warung / toko kelontong di pinggir jalan utama yang merupakan akses antar kota / kabupaten. Melihat potensi yang ada dan kurangnya kemampuan penduduk untuk memberikan nilai tambah produk yang dihasilkan melalui proses inovasi yang mana Inovasi produk ini mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan produk yang berkualitas sehingga diperlukan pemahaman terkait masalah ini lebih lanjut Listya, Ariefika, & Rukiah, Yayah. (2018).

Ada beberapa faktor yang dapat diperhatikan dalam upaya peningkatan kinerja UMKM yaitu salah satunya seperti dalam hal inovasi produk. inovasi produk menurut (Galbraith, 1973) didefinisikan sebagai proses dari penggunaan teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah. Inovasi produk dapat dilakukan pada barang, pelayanan, atau gagasan-gagasan yang diterima oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru, sehingga mungkin saja suatu gagasan telah muncul di masa lampau, tetapi dapat dianggap inovatif bagi konsumen yang baru mengetahuinya. Inovasi produk teknologi membantu perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif, layanan dan proses yang lebih efektif, bisnis yang baru, dan sebagainya. Hal ini merupakan kewajiban organisasi untuk memantau perubahan teknologi, melatih dan memotivasi karyawan untuk berinovasi produk karena teknologi meliputi semua aspek dari semua organisasi. Selain itu, (Schiemann, 2011) menjelaskan inovasi produk sebagai mengembangkan dan melaksanakan ide-ide baru, kreatifitas yang mendorong ke arah jasa dan produk yang lebih baik, serta ketangkasan beradaptasi dengan lingkungan yang berubah atau lanskap yang kompetitif.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Pengawasan secara langsung terhadap salah satu UMKM di Desa Talang Nangka yakni kemplang ubi. Selain itu penulis juga terjun langsung untuk membuat olahan ubi menjadi kemplang bersama salah satu pemilik olahan kemplang ubi di Desa Talang Nangka yang diberi label Kemplang Ubi Mak Alen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 2 hari, pada tanggal 04 Agustus 2023 – 05 Agustus 2023. Pada hari pertama penulis terjun langsung untuk melihat bagaimana pengolahan serta langsung mempraktekkan proses dan cara pembuatan kemplang

ubi dengan di dampingi salah satu pemilik usaha kemplang ubi yang berada di Desa Talang Nangka, hal ini dilakukan agar penulis dapat memahami kesulitan yang dihadapi ketika proses pembuatan baik dari kesulitan harga bahan baku serta harga jual yang sesuai. Pada tanggal 05 Agustus 2023 penulis memberikan wawasan terkait inovasi produk yang dilakukan oleh pemilik usaha agar dapat menarik minat pembeli sehingga dapat bersaing dan mendapatkan omset yang lebih tinggi. selain memberikan pemahaman dan wawasan penulis juga langsung mempraktikkan dan mengajarkan cara menjual produk lokal kemplang ubi di salah satu sosial media agar tidak tertinggal dari teknologi masa kini.

Pada Tanggal 04 Agustus 2023 Pukul 09.00-11:00 WIB



Gambar 1. Proses pembuatan



Gambar 2. Proses setelah dimasak

Pada Tanggal 05 Agustus 2023 Pukul 09.00-11:00 WIB



Gambar 3. Penjelasan terkait inovasi produk



Gambar 4. Produk yang telah jadi dan siap diperjualkan

SIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat dan sudah terjun langsung untuk mencoba membuat olahan kemplang ubi terhadap salah satu UMKM di Desa Talang Nangka dapat disimpulkan bahwa usaha UMKM kemplang ubi tersebut dapat dikembangkan dalam bentuk kemasan dengan konsep makanan siap konsumsi selain itu dapat diperjual belikan melalui sosial media sehingga membantu memperluas koneksi pembeli untuk mendapatkan omset penjualan yang lebih tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat-Nya sehingga jurnal

ini dapat tersusun hingga selesai. Tidak Lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan wadah untuk melangsungkan kegiatan kuliah kerja nyata ini yang diharapkan dapat bermanfaat terhadap kemajuan UMKM di Desa Talang Nangka, Selain itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada dosen DPL, Drs.RM.RumHendarmin ,SE.,MM.,PIA.,CA.,CSRS, Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA, Muhammad Bahrul Ulum, S.E.,M.Si., AWP. yang telah mendampingi selama proses KKN dan juga seluruh dosen yang terlibat dalam kegiatan ini. Selain itu Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada bapak kepala desa Bapak Zulkifli beserta jajarannya dan khususnya seluruh masyarakat Desa Talng Nangka atas bantuan yang telah diberikan sebelum hingga setelah kegiatan ini berlangsung. Tentunya jurnal ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya, karena terbatasnya pengetahuan serta pengalaman dari penulis. Penulis berharap para pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun kepada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiwitjaksono, Gideon Setyo, Putri, Rosanti Amalia, Anindiyadewi, Nabila Carissa, & Anggrainy, Nuria Puspita. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan UMKM Melalui Digitalisasi di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(2), 615–624.
- Ekasari, N. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi Volume 16, Nomor 2, Hal. 81-102
- Erijanto, Adhelia Christina, & Fibrianto, Kiki. (2018). Variasi kemasan terhadap tingkat kesukaan dan pengambilan keputusan konsumen pada pembelian makanan tradisional: Kajian pustaka. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 6(1)
- Evasari, Aprilia Dian. (2020). Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *ISTITHMAR: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Kurniasari, Ajeng, Pauzy, Depy Muhamad, & Lestari, Suci Putri. (2022). The Effect Of Product Quality And Packaging On Brand Image (Survey On Consumers Crispy Baby Fish Mr. O Tasikmalaya). *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(3), 749–758.
- Listya, Ariefika, & Rukiah, Yayah. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahsan UMKM Depok Melalui Desain Logo. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 3(02), 199–218.
- Rizki Zulfikar, & Lastri Novianti. 2018. Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus: Sentra Kain Cigondewah Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume VIII Nomor 2*.
- Setiawan, Uus. (2018). Kemasan sebagai Identitas Produk (Suatu analisis pada AMDK Ron 88). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (1), 11839–44.
- Sifa, Moh Agus, & Ummah, Siti Effi Nur. (2022). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengemasan dan Pemasaran Produk Lokal (Jambu Mete dan Kawis) Desa Sembungin Kecamatan Bancar. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 1–11.
- Yuliana, Rr Retno Rizki Dini. (2019). Sinergi lembaga teknologi finansial dan koperasi dalam pemanfaatan teknologi finansial oleh usaha mikro, kecil, dan menengah di NTB. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 27(1), 53–66.