

PEMBERDAYAAN USAHA UBI UNGU DI TOKO KUE DAN PUSAT PEGOLAHAN UBI JALAR UNGU NADYA SAIYO NAGARI KOTO LAWEH KECAMATAN LEMBANG JAYA KABUPATEN SOLOK

Delsi Afrini¹, Harissatria², Edi Firnando³, Dara Surtina⁴, Yusmi Nelvi⁵

^{1,3,5}Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mahaputra Muhammad Yamin

^{2,4}Jurusan Peternakan, Fakultas Pertanian Universitas Mahaputra Muhammad Yamin

e-mail: delsiafrini1978s@gmail.com

Abstrak

Ketahanan pangan merupakan isu yang penting dalam peningkatan komoditas pertanian. Ubi jalar ungu merupakan salah satu jenis ubi jalar yang memiliki antioksidan tinggi. Warna ungu yang ada pada ubi jalar disebabkan oleh zat warna alami yang disebut antosianin. Antosianin merupakan kelompok pigmen yang menyebabkan warna kemerah-merahan dan letaknya di dalam cairan sel yang bersifat larut dalam air. Dengan keunggulan dari kandungan yang terdapat di dalam ubi jalar ungu tersebut, maka sudah mulai berkembang produk olahan dari ubi jalar ungu di masyarakat pedesaan. Salah satu pelaku usaha rumah tangga yang telah melakukan usaha ini adalah Barnel Kasyenti Kasim, SP yang melakukan usahanya di Nagari Koto Laweh Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok. Pelaku usaha ini telah lama melakukan usahanya dan memiliki anggota usaha sebanyak 3 orang. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pengetahuan pelaku usaha ubi jalar ungu dan termotivasi dalam pengembangan usaha serta meningkatnya hasil produksi sehingga terciptanya pemasaran yang baik dan menarik konsumen lebih luas. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah melakukan penyuluhan, motivasi dan diskusi tentang produksi atau pengolahan, strategi pemasaran dan motivasi berwirausaha. Penguatan materi ditekankan pada manajemen produksi, manajemen pemasaran, pengantar bisnis dan kewirausahaan. Dari hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan maka terjadinya peningkatan pengetahuan pelaku usaha ubi jalar ungu Nadya Saiyo tentang proses manajemen produksi, pengolahan ubi jalar ungu serta terjadinya peningkatan manajemen pemasaran produk olahan ubi jalar ungu.

Kata kunci: Pemberdayaan, Ubi ungu, Pengolahan, Pemasaran

Abstract

Food security is an important issue in increasing agricultural commodities. Purple sweet potato is a type of sweet potato that has high antioxidants. The purple color in sweet potatoes is caused by a natural dye called anthocyanin. Anthocyanins are a group of pigments that cause a reddish color and are located in the cell fluid which are water soluble. With the superiority of the content contained in the purple sweet potato, processed products from purple sweet potato have begun to develop in rural communities. One of the household business actors who has done this business is Barnel Kasyenti Kasim, SP who runs his business in Nagari Koto Laweh, Lembang Jaya District, Solok Regency. This business actor has been doing business for a long time and has 3 business members. The purpose of this service activity is to increase the knowledge of purple sweet potato business actors and be motivated in business development and increase production results so as to create good marketing and attract wider consumers. The method used in this community service activity is counseling, motivation and discussion about production or processing, marketing strategies and motivation for entrepreneurship. Strengthening material emphasizes production management, marketing management, introduction to business and entrepreneurship. From the results of the service activities carried out, there was an increase in the knowledge of purple sweet potato business actors Nadya Saiyo about the process of production management, processing of purple sweet potatoes and an increase in marketing management of processed purple sweet potato products.

Keywords. Empowerment, purple sweet potato, processing, marketing

PENDAHULUAN

Ketahanan pangan merupakan isu yang penting dalam peningkatan komoditas pertanian. Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku

pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman (Undang-Undang Pangan No.18 tahun 2012). Komoditas tanaman pangan terdiri dari dua bagian besar, yaitu padi-padian (cereals) dan umbi-umbian (tubers). Beras, jagung, sorgum, kedelai, sagu, kacang hijau dan gandum termasuk ke dalam cereals. Sedangkan ubi kayu dan ubi jalar termasuk ke dalam tubers.

Ubi jalar ungu merupakan varietas tanaman ubi jalar lokal generasi kedua di Jepang yang dikembangkan oleh lembaga National Agricultural Research Center for Kyushu Okinawa Region (KONARC) (Suda, dkk., 2003). Tanaman yang telah diusahakan secara komersial di beberapa daerah di Jawa Timur ini memiliki potensi hasil sebanyak 15-20 ton/ha (Jusuf, dkk., 2008).

Ubi jalar ungu merupakan salah satu jenis ubi jalar yang memiliki antioksidan tinggi. Warna ungu yang ada pada ubi jalar disebabkan oleh zat warna alami yang disebut antosianin. Antosianin merupakan kelompok pigmen yang menyebabkan warna kemerah-merahan dan letaknya di dalam cairan sel yang bersifat larut dalam air. Komponen antosianin ubi jalar ungu adalah turunan mono atau diasetil 3-(2-glukosil) glukosil-5-glukosil peonidin dan sianidin. Antosianin berfungsi sebagai antioksidan dan penangkap radikal bebas sehingga dapat mencegah kanker. Antosianin juga memiliki kemampuan sebagai antimutagenik dan antikarsinogenik, mencegah gangguan fungsi hati, antihipertensi, dan menurunkan kadar gula darah (Husna, dkk., 2013).

Kandungan antosianin pada ubi jalar ungu cukup bervariasi. Kadar antosianin pada ubi jalar ungu pekat adalah 61,85 mg/100g (138,15 mg/100 g basis kering) dan 3,51 mg/100 g (9,89 mg/100 g basis kering) pada ubi jalar ungu muda. Pada 100 g ubi jalar ungu segar, kandungan antosianin ubi jalar ungu pekat 17 kali lebih tinggi dibandingkan dengan kadar antosianin ubi jalar ungu muda, semakin ungu warna umbinya, maka kandungan antosianinnya semakin tinggi (Winarno, 2004 dalam Husna, dkk., 2013).

Dengan keunggulan dari kandungan yang terdapat di dalam ubi jalar ungu tersebut, maka sudah mulai berkembang produk olahan dari ubi jalar ungu di masyarakat pedesaan. Salah satu pelaku usaha rumah tangga yang telah melakukan usaha ini adalah Barnel Kasyenti Kasim, SP yang melakukan usahanya di Nagari Koto Laweh Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok. Pelaku usaha ini telah lama melakukan usahanya dan memiliki anggota usaha sebanyak 3 orang. Dalam mengolah ubi jalar ungu ini, pelaku usaha mengalami permasalahan seperti tingginya biaya produksi sehingga harga jual juga tinggi. Akibat tingginya biaya produksi dan harga jual tersebut mengakibatkan produk olahan ubi jalar ungu susah bersaing dengan produk lain di pasaran. Selanjutnya pelaku usaha ubi jalar ungu ini mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran produk olahannya karena sulit bersaing dipasaran.

Menurut Kotler dan Keller (2016) pemasaran adalah kegiatan mengatur lembaga, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya. Menurut American Marketing Society dalam buku Kotler dan Keller (2016) Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan freering, dan bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan lain. Lemahnya manajemen pemasaran mengakibatkan pelaku usaha ini hanya mampu mengolah ubi jalar ungu ini sebanyak 1 kali dalam satu minggu dengan kapasitas produksi 5-8 kg saja.

Masalah lain yang dihadapi oleh pelaku usaha ubi jalar ungu tersebut, kurang bervariasinya produk olahan ubi jalar ungu ini sehingga susah masuk ke segmen pasar tertentu seperti sekolah-sekolah yang sebenarnya bisa menjadi alternatif jajanan sehat untuk anak sekolah. Selama ini pelaku usaha tersebut membuat produk olahan ubi jalar ungu berupa kue kering saja. Seharusnya produk olahan ubi jalar ungu ini dibuat sebagai makanan sehari-hari yang menarik untuk dikonsumsi sehari-hari oleh masyarakat dan konsumen dari semua kalangan umur.

METODE

Metode dan solusi yang dilakukan kepada pelaku usaha ubi jalar ungu Nadya Saiyo ini adalah dengan mengoptimalkan pemanfaatan ubi jalar ungu untuk dijadikan produk olahan yang menarik, inovatif, enak, dan bergizi dan murah dengan bahan baku utama dari ubi jalar ungu. Hal ini diharapkan dapat menambah keuntungan usaha. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan penyuluhan dan motifasi bagi pelaku usaha olahan ubi ungu Nadya Saiyo. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Melakukan penyuluhan, motivasi dan diskusi prospek pengembangan usaha dan olahan ubi ungu di masa mendatang.
2. Melakukan penyuluhan dan diskusi tentang produksi atau pengolahan, strategi pemasaran, motivasi berwirausaha.
3. Penguatan materi manajemen produksi, manajemen pemasaran, pengantar bisnis dan kewirausahaan.

Untuk Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan melibatkan para dosen dan mahasiswa Program Studi Agribisnis dan Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Mahaputra Muhammad Yamin dengan teknik penyuluhan dan diskusi dengan mitra usaha (Harissatria et al. 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian oleh Tim Pengabdian Masyarakat Program Studi Agribisnis dan Peternakan Fakultas Pertanian dilaksanakan selama 1 (satu) hari di rumah pelaku usaha Nadya Saiyo Nagari Koto Laweh Kabupaten Solok sesuai dengan permasalahan dan metode yang di targetkan diantaranya adalah

1. Penyuluhan dan motivasi perbaikan manajemen produksi dan pemasaran

Anwas (2013) menyatakan pemberdayaan masyarakat merupakan upaya menjadikan masyarakat berdaya dan mandiri, mampu berdiri diatas kakinya sendiri. Pemberdayaan masyarakat pada dasarnya mengubah perilaku masyarakat kearah yang lebih baik sehingga kualitas dan kesejahteraan hidupnya secara bertahap dapat meningkat. Materi dan diskusi yang dilakukan di pelaku usaha Nadya Saiyo tersebut mulai dari tahap penyadaran tentang pentingnya usaha rumah tangga ini dikembangkan dan berpotensi meningkatkan perekonomian masyarakat dalam jangka waktu kedepannya. Tahap ini diberikan penyadaran melalui sosialisasi secara lisan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat. Penyadaran dilakukan dengan tujuan merubah mindset masyarakat dan pelaku usaha tentang dampak ekonomi dari usaha olahan ubi jalar ungu. Sehingga pelaku usaha merubah perilakunya dengan menggunakan inovasi olahan ubi jalar ungu.

Pelaku usaha diberikan pencerahan dengan memberikan penyadaran bahwa mereka memiliki hak untuk mampu dalam menghadapi masalah yang dihadapi. Mereka diberikan motivasi bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk keluar daro permasalahan usahanya. Kedua, tahap pengkapasitasan, tahap ini terdiri dari tiga jenis pengkapasitasan yaitu pengkapasitasan manusia, organisasi dan sistem nilai. Pengkapasitasan manusia dilakukan dengan memberikan materi dan pendidikan usaha, pelatihan tentang pentingnya pemasaran, dan untuk meningkatkan keterampilan individu atau kelompok.

Pengkapasitasan organisasi dilakukan dengan melakukan restrukturisasi organisasi sehingga dapat memunculkan inovasi baru dalam perubahan yang dilakukan. Pada tahap ini pelaku usaha diberikan kapasitas atau kemampuan dan ketrampilan. Penyuluhan ini diberikan kepada pelaku usaha beserta anggotanya tentang mengolah ubi jalar ungu menjadi bermacam olahan. Pengkapasitasan sistem nilai dilakukan dengan membuat aturan yang berupa peraturan yang harus dipatuhi oleh seluruh anggotanya. Ketiga, tahap penyadaran pada tahap ini target sasaran diberikan daya atau kekuatan, kekuasaan, otoritas atau peluang yang disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki sehingga target sasaran dapat menjalankan kekuasaan yang diberikan dan mampu membawa perubahan lebih baik. Berdasarkan dari penyuluhan dan diskusi dengan pelaku usaha Nadya Saiyo tersebut, memberikan umpan balik yang positif dan merasa mendapatkan semangat baru dalam terus berupaya memperbaiki manajemen usahanya dan meningkatkan produksi dan keuntungannya dimasa mendatang.



Gambar 1. Kegiatan penyuluhan dan diskusi dengan pelaku usaha Nadya Saiyo

2. Penyuluhan dan diskusi pemasaran

Kegiatan ini dilakukan menggunakan metode penyuluhan yaitu memberikan pemahaman dan wawasan mengenai strategi pemasaran dan diskusi interaktif dengan peserta penyuluhan. Tahap pertama, pelaku usaha diberikan materi mengenai strategi pemasaran seperti pengaturan harga, pengemasan produk, pemilihan supply chain, dan metode pemasaran. Dalam tahap ini juga disampaikan konsep sistem pemasaran, penanganan dan pengemasan produk olahan pertanian serta pemasaran secara online produk olahan pertanian. Pada saat penyampaian, pemateri juga menanyakan kepada pelaku usaha mengenai permasalahan yang ada di daerah tersebut.

Tahap selanjutnya setelah penyampaian materi adalah sesi diskusi yang dilakukan dengan cara tanya jawab. Pelaku usaha menanyakan mengenai hal yang berhubungan dengan pemasaran online (digital marketing) produk olahan pertanian. Tim pengabdian menyampaikan suatu konsep sistem pemasaran, penanganan produk dan pemasaran secara online hasil olahan pertanian. Setelah dilakukan diskusi dan tim melakukan bimbingan praktik dalam membuat akun yang digunakan dalam pemasaran online.

Pemasaran online (Digital Marketing) merupakan pemasaran yang dilakukan melalui sistem online interaktif, yang menghubungkan konsumen dengan penjual secara elektronik. Tujuan pemasaran adalah untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran di mana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, berbelanja, atau bersosialisasi secara online. Dalam kegiatan penyuluhan ini peserta dalam hal ini akan diperkenalkan bentuk-bentuk pemasaran online, bagaimana penggunaan pemasaran online sampai dengan manfaat yang akan diperoleh ketika menggunakan pemasaran secara online (digital marketing). Pemasaran online dapat dilakukan dengan empat cara : a. Menciptakan etalase – toko elektronik b. Memasang iklan online c. Mengambil peran dalam forum internet atau komunitas web (mis : mailing list) d. Menggunakan email online (Webcasting).

Ada sejumlah alat yang dapat digunakan untuk membangun dan memelihara program pemasaran online yang kuat: a. Email Pemasaran b. Pemasaran media sosial c. Menampilkan iklan d. Acara & Webinar e. Pengoptimalan Situs Web f. Pemasaran Konten g. Pemasaran Video h. Analisis Pemasaran i. Otomasi Pemasaran.





Gambar 2. Pendampingan penanganan dan pengolahan ubi jalar ungu

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan penyuluhan dan diskusi dengan pelaku usaha dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan hal-hal berikut ini

1. Peningkatan pengetahuan dan termotivasi mengupayakan perbaikan manajemen produksi dan pemasaran.
2. Penanganan produk dan pengemasan dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian dan harga jual.
3. Pentingnya pemasaran produk olahan ubi jalar ungu yang efisien bagi petani agar petani mampu merencanakan pemasaran produk dengan efisien sehingga mengantisipasi kendala yang akan terjadi kedepan, dan menjalankan kegiatan usaha yang benar sehingga mampu meminimalisir resiko usaha.
4. Saluran distribusi pemasaran dilakukan dengan dua cara yaitu distribusi secara langsung dan distribusi tidak langsung melalui perantara yaitu tengkulak.

SARAN

1. Perlunya jalinan kontinuitas informasi pasar dan pemasaran produk olahan ubi jalar ungu dengan lembaga-lembaga pemasaran.
2. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha ubi jalar ungu Nadya Saiyo tentang negosiasi dan transaksi penjualan bagian integral pemasaran sehingga pengusaha memiliki jaringan (network) untuk memperluas pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwas, dr. Oos, M. 2013. Pemberdayaan Masyarakat di Era Global, CV. Alfa, Bandung.
- Harissatria., J. Hendri., R.M. Sari., D. Surtina., F. Elinda., D. Afrini., A. Asri., Y. Nelfi. 2023. Inseminasi Buatan Tepat Waktu Dengan Teknik Sinkronisasi Estrus Pada Kelompok Tani Kiat Karsa Di Nagari Koto Baru Kabupaten Solok. *Communnity Development Journal*. Vol.4, No. 1 Februari 2023, Hal. 174-180.
- Husna, El Nida., dkk. 2013. Kandungan Antosianin dan Aktivitas Antioksidan Ubi Jalar Ungu Segar dan Produk Olahannya. *AGRITECH*, Vol. 33 No.3, Agustus 2013.
- Jusuf, M., Rahayuningsih, St. A. dan Ginting, E. (2008). Ubi jalar ungu. *Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian* 30: 13-14.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Suda, I., Oki, T., Masuda, M., Kobayashi, M., Nishiba, Y. dan Furuta, S. (2003). Review: Physiological functionality of purple-fleshed seet potatoes containing anthocyanins and their utilization in foods. *Japan Agricultural Research Quarterly* 37: 167-173.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012. Pangan. 17 November 2012. Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2012 nomor 227. Jakarta; 2012.