

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN PRODUK OLAHAN UBI DAN SOSIALISASI DIGITAL MARKETING DI DESA NOGOSARI KECAMATAN PACET KABUPATEN MOJOKERTO

¹ Arief Rahman, SE., M.Si ² Kusaeri Saputra ³ Wahyuningtyas Nurfa'ida

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. A. Yani No. 114 Surabaya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. A. Yani No. 114 Surabaya

³ Fakultas FISIP, Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. A. Yani No. 114 Surabaya

e-mail: ¹ arieffrahman916@gmail.com ² Kusairisaputra1@gmail.com ³ Wahyuningayu277@gmail.com

ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui pelatihan pembuatan produk olahan dari ubi jalar dan sosialisasi digital marketing. Ubi jalar merupakan salah satu bahan pangan yang mempunyai prospek untuk dikembangkan menjadi makanan fungsional. Potensi pemanfaatan ubi jalar di Desa Nogosari, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto sangat besar. Macam – macam ubi jalar yang di budidayakan di Desa Nogosari anatar lain manohara, madu, dan ungu. Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dengan cara memberi pelatihan kepada masyarakat Desa Nogosari, khususnya para ibu – ibu PKK dan UMKM. Metode yang digunakan pada program kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode penjelasan, praktik (demo), tanya jawab dan diskusi. Keikutsertaan dan pemahaman masyarakat Dusun Nogosari terhadap adanya pelatihan ini yaitu di RT 04 yaitu 5%, RT 05 yaitu 15%, RT 06 yaitu 15%, RT 09 yaitu 35%, dan RT 10 yaitu 35%. Dalam diagram 2 (diagram sosialisasi digital marketing) pada penilaian ini terdapat poin – poin dan feedback dari warga Dusun Nogosari yaitu RT 02 sebesar 15%, RT 04 sebesar 5%, RT 06 sebesar 10%, RT 08 sebesar 30%, dan RT 09 sebesar 40%. Kami bisa mengamati yang paling antusias dalam keikutsertaan sosialisasi digital marketing yaitu di RT 09. Pelatihan pengolahan ubi jalar menjadi produk olahan nugget ubi dan stick ubi, serta adanya sosialisasi digital marketing untuk penjualan melalui media berbasis online. Hasil observasi yang mana dalam diagram pertama (Pelatihan Pembuatan Ubi) keikutsertaan dalam pemahaman warga Desa Nogosari terhadap adanya pelatihan pembuatan ubi paling banyak dihadiri RT 09 sebanyak 35% dari keseluruhan dan obeservasi yang mana dalam diagram kedua (Sosialisasi Digital Marketing) keikutsertaan dalam pemahan warga Desa Nogosari terhadap adanya Sosialisasi Digital Marketing paling banyak dihadiri RT 09 sebanyak 40% dari keseluruhan.

Kata Kunci : *Pemberdayaan Masyarakat, Produk Olahan Ubi, Ditigal Marketing*

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan pangan daerahnya yang dikenal sebagai pangan lokal. Pangan lokal adalah pangan yang diproduksi dan dikembangkan sesuai dengan potensi sumber daya wilayah dan budaya setempat untuk tujuan ekonomi dan atau dikonsumsi. Pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui pelatihan pembuatan produk olahan dari ubi jalar dan sosialisasi digital marketing. Ubi jalar merupakan salah satu bahan pangan yang mempunyai prospek untuk dikembangkan menjadi makanan fungsional. (Marta & Agam, 2013)

Pokok permasalahan yang menjadi inspirasi pengembangan konsep pelatihan ini adalah (1) ubi jalar memiliki umur simpan yang pendek. Jika disimpan pada suhu ruang, ubi jalar hanya akan bertahan selama 10 hari. Jika penyimpanan terlalu lama, dapat mengakibatkan susut bobot. (2) umur simpan yang sangat pendek membuat petani lebih memilih menjual kepada tengkulak dengan sistem tebas (beli sebelum masa panen) dengan harga murah. Sebagian lain petani memilih menjual secara langsung dipasar juga dengan harga murah agar segera laku terjual sebelum ubi jalar rusak. (3) selama ini produk olahan ubi jalar di desa Nogosari adalah keripik saja. Belum adanya diversifikasi produk olahan disebabkan terbatasnya pengetahuan tentang cara pengolahan ubi jalar. (Chrisnasari, Soesanti, & Askitosari, 2015)

Potensi pemanfaatan ubi jalar di Desa Nogosari sangat besar. Macam – macam ubi jalar yang di budidayakan di Desa Nogosari antar lain manohara, madu, dan ungu. Ubi jalar manohara memiliki keunggulan ukuran yang besar dengan warna umbi putih kekuningan, ubi jalar madu memiliki keunggulan rasa yang manis dan warna kuning, sedangkan ubi jalar ungu memiliki warna ungu pekat karena tingginya kadar antosianin yang berfungsi sebagai antioksidan.

Hasil panen ubi jalar yang sangat melimpah di Desa Nogosari selama ini masih belum diolah secara optimal. Sebagian besar hasil panen ubi jalar langsung dijual ke tengkulak dalam bentuk mentah dengan harga yang relatif murah, ataupun hanya dibuat

olahan keripik oleh masyarakat. Jumlah pemanfaatan dan jenis produk olahan ubi jalar yang terbatas ini disebabkan keterbatasan pengetahuan akan teknologi pengolahan ubi jalar.(M. Faqih et al., 2019)

Dengan kondisi tersebut sumber daya yang melimpah dan belum adanya pemberdayaan masyarakat mengenai pembuatan produk olahan yang bisa membuat nilai jual lebih daripada masyarakat menjual ubi dengan kondisi mentah yang harganya murah. Maka dari itu kami kelompok KKN Ubhara 28 membuat program kerja pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan produk olahan ubi dan sosialisasi digital marketing. Karena harapan kami atas program kerja pelatihan pembuatan produk bisa mengembangkan kemandirian masyarakat dibidang ekonomi yang selama ini masyarakat hanya bergantung pada sektor pertanian ubi. (Puspawati, Sugitha, Wisaniyasa, & Suparhana, 2016)

Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan UMKM adalah potensi teknologi informasi saat ini. Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong UMKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan gratis. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Adanya sosialisasi digital marketing untuk memberikan informasi tentang pengenalan sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online. Hal ini dianggap lebih praktis, mudah dan cepat dibanding dengan sistem pemasaran manual hanya saja memang sistem pemasaran digital atau pemasaran online ada dampak positif dan negatifnya.(Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017)

Kemudian dengan program kerja sosialisasi digital marketing bisa membantu pemasaran produk yang sudah dibuat oleh masyarakat, yaitu produk nugget ubi dan stick ubi. Pemasaran kami sosialisasikan kepada ibu – ibu PKK yang bisa kedepannya diteruskan kepada masyarakat yang ingin mengetahui atau ingin belajar mengenai pemasaran berbasis digital. Model pemasaran kita buat lewat media sosial salah satunya sudah kita buat akun instagram khusus untuk desa nogosari bisa menjual produk tersebut. Kemudian disamping itu kelompok kami juga membuatkan website untuk bisa mengembangkan promosi dan memperkenalkan produk tersebut lebih luas lagi. Alamat website tersebut adalah www.desanogosari.com, yang berisi tentang berita desa Nogosari, kegiatan masyarakat desa Nogosari dan tentunya berisi tentang promosi dan pengenalan produk olahan dari ubi yang sudah dibuat oleh masyarakat.

Mengapa harus dari ubi, karena ubi merupakan hasil komoditas utama di desa Nogosari dan itu merupakan hasil kebun yang sangat melimpah. Dalam adanya pelatihan ini yang kami buat berdasarkan kelompok KKN Ubhara 28 kami harap banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat Nogosari yaitu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan perekonomian masyarakat, menciptakan produk khas dari Desa Nogosari. dan membantu masyarakat dalam menjalankan UMKM di Desa Nogosari.

2. ANALISIS SITUASIONAL

Lokasi kegiatan KKN Tematik ditentukan berdasarkan hasil survey bertempat di Desa Nogosari, Kecamatan Pacet, Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Nogosari merupakan sebuah kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Pacet, Kota Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Desa Nogosari memiliki 2 Dusun yaitu Dusun Nogosari sendiri dan Dusun Bulak Kunci. Nogosari merupakan sebuah desa yang tergabung dalam kawasan wisata Pacet. Sekitar 45 menit dari Kecamatan Mojokerto. Dan 1,5 jam apabila ditempuh dari Surabaya. Berikut merupakan peta desa Nogosari.



Sumber : Google Maps
Gambar 1
Peta Desa Nogosari

3. METODE PELAKSANAAN

Berbagai permasalahan maupun potensi – potensi ditemukan pada saat survey, yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UBHARA. Langkah pertama yaitu dengan melakukan observasi dengan menggali bagaimana kondisi di desa Nogosari baik itu dibidang sosial, ekonomi, dan budaya. Setelah itu dapat diketahui potensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut dan permasalahan yang ada.

Ubi jalar di Desa Nogosari mempunyai potensi yang cukup menjanjikan namun belum dikembangkan dan dimanfaatkan dengan optimal dalam keanekaragaman produk olahan pangan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dilakukan pelatihan pengolahan ubi jalar dan sosialisasi tentang digital marketing. Ubi jalar diolah menjadi nugget ubi dan stick ubi dalam kemasan yang memiliki nilai jual lebih dari ubi jalar yang belum diolah sekaligus memiliki umur simpan jauh lebih lama dibandingkan ubi jalar yang masih mentah.

Metode yang digunakan pada program kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode penjelasan, praktik (demo), tanya jawab dan diskusi. Pelatihan pengolahan ubi jalar menjadi produk olahan nugget ubi dan stick ubi, serta adanya sosialisasi digital marketing untuk penjualan melalui online.

Praktik pengolahan ubi jalar menjadi aneka makanan, mulai dari cara mempersiapkan ubi jalar sebagai bahan makanan, kemudian diolah menjadi nugget ubi dan stick ubi. Metode pelatihan atau praktik ini diberikan kepada para peserta pelatihan dengan harapan peserta pelatihan akan mempunyai pengalaman langsung dengan melakukan sendiri atau mempraktikkan pengolahan ubi jalar.

Cara membuat nugget ubi yaitu kupas ubi kemudian cuci bersih dan potong kecil – kecil, kukus ubi sampai matang, setelah matang angkat dan haluskan. Setelah halus masukkan tepung terigu, meizena dan gula, kemudian uleni (aduk) sampai tercampur rata. Setelah rata ambil sedikit adonan bulat – bulat kan dan pipihkan, ambil beberapa sendok terigu taruh dalam wadah, ubi yang sudah dipipihkan lumuri dengan terigu. Dalam wadah lain buat bahan pencelup, kemudian celupkan ubi yang terlumuri terigu, dan gulingkan dalam tepung panir. Setelah selesai masukkan dalam kulkas sebentar agar tepung panirnya melekat sempurna, kemudian goreng dalam minyak panas dengan api kecil.

Sedangkan membuat stick ubi yaitu siapkan bahan, kukus ubi lalu haluskan. Campur semua bahan, uleni (aduk) hingga kalis, tanpa air. Ambil segenggam adonan lalu pipihkan dengan rooling atau alat penggilingan, lalu potong kecil – kecil seperti mie, panaskan minyak lalu goreng.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Nogosari, Kec. Pacet, Kab. Mojokerto mencakup berbagai kegiatan sebagai berikut ini :

4.1 Demo Masak Pelatihan Produk Olahan Ubi



Sumber foto : Dekdok Kel. 28 KKN (2020) Tematik

Demo Masak Pelatihan Produk Olahan Ubi

Demo masak atau pelatihan tersebut disampaikan pemateri untuk mengubah pola pikir warga Desa Nogosari terutama ibu-ibu. Peserta yang datang dalam acara demo masak ini sangat antusias, mereka menyimak

dengan seksama dan ada tanggapan yang cukup bervariasi. Dalam demo masak kami menyampaikan peraga atau cara bagaimana membuat produk olahan ubi jalar yang dapat bernilai jual tinggi.

4.2 Pengenalan Produk dan Penjualan Offline



Sumber foto : Dekdok Kel. 28 KKN (2020) Tematik

Pengenalan Produk melalui Penjualan Offline

Pengenalan Produk melalui Penjualan Offline merupakan salah satu program kerja kami. Dengan adanya kegiatan ini kami dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar. Karena penjualan offline ini datang ke rumah – rumah warga. Disini kelompok kami menjelaskan secara rinci kepada masyarakat tentang produk kami. Serta memberikan tanya jawab kepada mereka yang bertanya. Masyarakat banyak yang bertanya mengenai harga jual serta keuntungannya.

4.3 Lomba memasak produk olahan ketela & Sosialisasi Digital Marketing



Sumber foto : Dekdok Kel. 28 KKN (2020) Tematik

Lomba memasak produk olahan ubi jalar & Sosialisasi Digital Marketing

Lomba memasak dari produk olahan ubi jalar berfungsi untuk memberikan hiburan serta menguji para ibu-ibu PKK yang telah dapat penjelasan dari kami. Masyarakat desa sangat antusias dengan adanya lomba ini. Masing – masing kelompok terdiri 4-5 orang dan ada 6 kelompok. Sedangkan sosialisasi digital marketing kita menjelaskan tentang apa itu digital marketing, konten marketing, sosial media marketing, dan manfaat digital marketing untuk usaha. Pada intinya sosialisasi digital marketing ini memberikan informasi kepada masyarakat nogosari tentang berjalan menggunakan via online atau media massa.

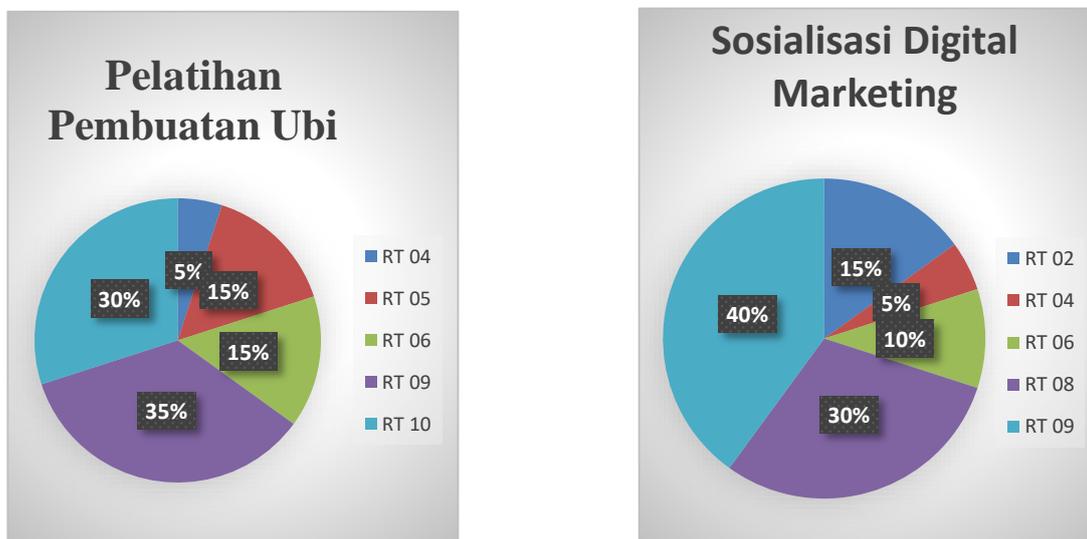
4.4 Produk Olahan Ubi Jalar Khas Desa Nogosari



Sumber foto : Dekdok Kel. 28 KKN (2020) Tematik

Produk olahan ubi jalar yang kita terapkan kepada ibu – ibu desa nogosari yaitu Stick Ubi dan Nugget Ubi. Yang nantinya bisa dilanjutkan oleh masyarakat desa Nogosari, baik ibu – ibu PKK, maupun UMKM yang saat ini berkembang. Bahan dasar pembuatan produk ini mudah didapatkan. Karena berasal dari ubi jalar, yang mana salah satu hasil pertanian di desa Nogosari.

5. Hasil Observasi Warga Desa Nogosari dengan Adanya KKN 2020 Kelompok 28



Observasi ini dilakukan terhadap warga Desa Nogosari terhadap kami KKN 2020 Universitas Bhayangkara Kelompok 28 yang telah melakukan pengabdian terhadap masyarakat dengan memberikan pelatihan pembuatan produk produk olahan ubi dan sosialisasi digital marketing.

Dalam diagram 1 (diagram pelatihan pembuatan ubi) pada penilaian ini terdapat poin – poin dan feedback dari masyarakat atas pelatihan yang kami berikan kepada warga Dusun Nogosari. Di dalam diagram 1 menjelaskan tentang pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan produk dari ubi, yaitu nugget ubi dan stick ubi. Keikutsertaan dan pemahaman masyarakat Dusun Nogosari terhadap adanya pelatihan ini yaitu di RT 04 yaitu 5%, RT 05 yaitu 15%, RT 06 yaitu 15%, RT 09 yaitu 35%, dan RT 10 yaitu 35%.

Dalam diagram 2 (diagram sosialisasi digital marketing) pada penilaian ini terdapat poin – poin dan feedback dari warga Dusun Nogosari yaitu RT 02 sebesar 15%, RT 04 sebesar 5%, RT 06 sebesar 10%, RT 08 sebesar 30%, dan RT 09 sebesar 40%. Kami bisa mengamati yang paling antusias dalam keikutsertaan sosialisasi digital marketing yaitu di RT 09.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Bahwa masyarakat Desa Nogosari belum sepenuhnya bisa memanfaatkan hasil panennya yaitu ubi jalar untuk bisa membuat produk olahan ubi yang lebih modern atau yang berbeda dengan yang lainnya. Supaya dapat dijadikan sebagai ikon makanan khas dari Desa Nogosari. Dengan diadakannya kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan produk dari ubi jalar dan sosialisasi digital marketing, serta pengaplikasian penjualan secara langsung (offline). Masyarakat menjadi tahu dan paham tentang mengembangkan produk olahan ubi yang lebih inovatif, bernilai jual dan juga masyarakat paham bagaimana cara berjualan melalui media online atau media lainnya yang berbasis digital.

Kesimpulan daripada hasil observasi yang mana dalam diagram pertama (Pelatihan Pembuatan Ubi) keikutsertaan dalam pemahaman warga Desa Nogosari terhadap adanya pelatihan pembuatan ubi paling banyak dihadiri RT 09 sebanyak 35% dari keseluruhan.

Kesimpulan daripada hasil observasi yang mana dalam diagram kedua (Sosialisasi Digital Marketing) keikutsertaan dalam pemahaman warga Desa Nogosari terhadap adanya Sosialisasi Digital Marketing paling banyak dihadiri RT 09 sebanyak 40% dari keseluruhan.

6.2 Saran

Diharapkan masyarakat Desa Nogosari dapat mengembangkan dan meneruskan pelatihan pembuatan produk dari olahan ubi dan juga dapat memahami tentang pemasaran melalui media online, yang telah disosialisasikan oleh kelompok kami. Karena besar harapan kami program kerja yang telah dilaksanakan akan berdampak positif dan berdampak baik bagi masyarakat Desa Nogosari di bidang ekonomi, karena selama ini banyak masyarakat hanya bekerja sebagai petani ubi dan menjualnya secara grosir dengan harga murah. Di sisi lain bisa meningkatkan juga daya saing inovatif dan kreatif masyarakat Desa Nogosari dengan masyarakat desa lainnya. Pelatihan pembuatan produk olahan dari ubi bisa dilaksanakan atau ditindaklanjuti oleh ibu – ibu PKK selaku organisasi setempat yang berada di tengah – tengah masyarakat, sehingga pelatihan tersebut setelah kegiatan KKN kelompok kami selesai ada yang melanjutkan. Dan sosialisasi mengenai digital marketing merupakan proses tindak lanjut dari pelatihan pembuatan produk, setelah produk dibuat tentunya butuh tempat atau media pemasaran yang efektif dan media online merupakan tempat yang sangat berpeluang di zaman seperti ini yang jaringan internet tentunya sudah tersebar luas. Akun instagram dan website Desa Nogosari harapan kami juga bisa diteruskan oleh pihak masyarakat Desa Nogosari karena hal itu sarana atau media yang sangat berpeluang di bidang digital marketing. Pemasaran yang dicakup digital marketing bisa sangat luas jadi tidak hanya di Desa Nogosari saja.

7. UCAPAN TERIMA KASIH

Keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tentunya berkat kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu kami ucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat atas dana yang telah diberikan. Terimakasih juga kami sampaikan kepada seluruh masyarakat Desa Nogosari yang telah banyak membantu dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) Universitas Bhayangkara Surabaya tahun 2020 dengan bertepatan tematik, terutama kepada Kepala Desa dan Ibu Polo yang telah mengizinkan kami untuk menjalankan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Desa Nogosari.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Chrisnasari, R., Soesanti, A., & Askitosari, T. D. (2015). *Pengembangan Bisnis Berbasis Ubi Jalar pada Masyarakat Desa Tamiajeng*. 1–6.
- [2]. M. Faqih, H, M. L., Ulum, M., H, M. T., Rozak, A., M, N. A., ... Wulandari, F. E. (2019). Meningkatkan Pemasaran Produk Para Pelaku UMKM di Pedukuhan Ngaseman melalui Program Kerja Pengenalan dan Penyuluhan Digital Marketing Sistem. *Prosiding Konferensi Pengabdian Masyarakat, 1*, 425–427. Retrieved from furitaeka04@gmail.com
- [3]. Marta, H., & Agam, T. (2013). Pembuatan Berbagai Produk Ubi Jalar dalam Upaya Diversifikasi Pangan dan Peningkatan Gizi Masyarakat di Desa Sekarwangi dan Desa Cilangkap Kecamatan Buahdua Kabupaten Sumedang. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat, 2*(2), 85–92.
- [4]. Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1*(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- [5]. Puspawati, N., Sugitha, I., Wisaniyasa, N., & Suparthana, I. (2016). Introduksi Pengolahan Ubi Jalar Ungu (Ipomea Batatas Poiret) Menjadi Bakpia Di Desa Negari Kecamatan Banjarangkan Kabupaten Klungkung. *Jurnal Udayana Mengabdi, 15*(2), 229–235.
- [6]. Sumber Dekdok KKN UBHARA Tematik (2020) Kel. 28

