



Strategi Pengolahan Singkong untuk Meningkatkan Nilai Tambah bagi UMKM di Desa Betung II

Suci Abellia¹, Jumadi², Rahmat Ardika³, Randari Pragesti⁴, Niti Susanti⁵, Nanda⁶, Muhammad Raja⁷, Fakhirah Amelia Anzriani⁸, Septa Ardina⁹, Muhammad Fachri Falahi¹⁰, M. Raka Maulana¹¹, Dandy Anugrah Maulana¹², M. Iqbal Sudiar¹³, Putri¹⁴

¹⁻¹⁴Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia
suciabellia17@gmail.com, jumadiidarlina@gmail.com, diikaa178@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan. Singkong atau ubi kayu (*Manihot utilissima*) menjadi salah satu hasil sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar pembuatan produk UMKM. Daerah yang menjadi objek penelitian yaitu Desa Betung II yang terletak di Kecamatan Lubuk Keliat, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Desa Betung II memiliki berbagai sumber daya alam yang berlimpah salah satunya yaitu singkong dan nanas. Namun produk olahan singkong di Desa tersebut masih minim dan banyak masyarakat yang hanya menjual mentah hasil panen tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisa strategi pengolahan singkong di lokasi diadakannya Kuliah Kerja Nyata di Desa Betung II. Pengumpulan data diambil melalui observasi langsung mulai dari pelaksanaan awal pengolahan singkong hingga distribusi dan perhitungan hasil jual akhir produk. Produk yang dijual bernama Manihot Cake yang diambil dari bahasa ilmiah singkong. Produk dijual dengan harga Rp.3.000,00/pcs dan didapatkan nilai tambah pendapatan sekitar 50% dari modal pembuatan produk.

Kata Kunci : Strategi, Singkong, UMKM

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are economic activities carried out by the majority of Indonesian people as a source of income. Cassava or cassava (Manihot utilissima) is one of the natural resources that can be used as a basic ingredient for making MSME products. The area that is the object of research is Betung II Village which is located in Lubuk Keliat District, Ogan Ilir Regency, South Sumatra Province. Betung II Village has various natural resources provided, one of which is cassava and pineapple. However, processed cassava products in the village are still minimal and many people only sell the raw harvest. This research uses a qualitative approach by analyzing cassava management strategies at the location of the Real Work Lecture in Betung II Village. Data collection was taken through direct observation starting from the initial implementation of cassava management to distribution and calculation of final product sales results. The product being sold is called Manihot Cake which is taken from the scientific language of cassava. The product is sold at a price of Rp. 3,000.00/pcs and an added value income of around 50% of the product manufacturing capital is obtained.

Keywords : Strategy, Cassava, MSMEs

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2015) menyatakan bahwa presentase UMKM di Indonesia mencapai 90% dan hanya 10% nya adalah usaha besar (Suyadi, 2018). Menurut adanya data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2018 UMKM berkontribusi besar terhadap sektor PDB dengan nilai sebesar 61,97% atau sama dengan 8.573,89 triliun rupiah dengan tenaga kerja yang terserap sebesar 97%. Selain itu, jumlah pelaku UMKM yang ada di Jawa Tengah mencapai 4,19 juta pada tahun 2021 meliputi usaha

This is an open access article under the CC BY-SA License.

Penulis Korespondensi:

Suci Abellia
Kedokteran
Universitas Muhammadiyah Palembang
Email: suciabellia17@gmail.com



mikro dengan jumlah 3,7 juta unit, usaha kecil 354.884 unit, dan usaha menengah sebesar 39.125 unit usaha (Aliyah, 2022).

Salah satu cara untuk membangun ekonomi masyarakat yaitu dengan memanfaatkan sumber daya alam local sebagai bahan dasar produk UMKM. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki sektor pertanian yang luas. Dengan keragaman hasil pertanian di Indonesia, negara ini memiliki salah satu produk pertanian yang berpotensi menjadi andalan ialah rempah-rempah dan Bahan Bakar Nabati (BNN) (Isbah and Iyan, 2016). Selain itu hasil pertanian Indonesia juga ada yang dikategorikan kedalam bidang tanaman unggul seperti padi, kedelai, kacang tanah, ubi kayu dan berbagai jenis faritas lainnya (Kusumaningrum, 2019).

Singkong atau ubi kayu (*Manihot utilissima*) menjadi salah satu hasil sumber daya alam yang dapat di dimanfaatkan sebagai bahan dasar pembuatan produk UMKM. Singkong atau ubi kayu, merupakan pohon tahunan tropika dan subtropika dari keluarga Euphorbiaceae. Singkong biasanya dijadikan olahan pangan karena kandungan kerbohidratnya yang tinggi, sedangkan daunnya biasa dijadikan sayuran. Di Indonesia, singkong merupakan produksi hasil pertanian pangan ke dua terbesar setelah padi, sehingga singkong mempunyai potensi sebagai bahan baku yang penting bagi berbagai produk pangan dan industri (Kustianti, 2022).

Penyebaran tanaman ubi kayu di Nusantara, terjadi pada sekitar tahun 1914-1918, yaitu saat terjadi kekurangan atau sulit pangan. Tanaman ubi kayu dapat tumbuh dengan baik pada daerah yang memiliki ketinggian sampai dengan 2.500 m dari permukaan laut. Demikian pesatnya tanaman ubi kayu berkembang di daerah tropis, sehingga ubi kayu dijadikan sebagai bahan makanan pokok ketiga setelah padi dan jagung. Pada daerah yang kekurangan pangan tanaman ini merupakan makanan pengganti (substitusi) serta dapat pula dijadikan sebagai sumber karbohidrat utama (Purnomo, 2022).

Salah satu daerah yang menjadi objek penelitian ini adalah Desa Betung II, yang terletak di Kecamatan Lubuk Keliat, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Desa Betung II memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, di antaranya tanaman singkong (*Manihot esculenta*) dan nanas (*Ananas comosus*). Meskipun demikian, pengolahan singkong di desa ini masih terbatas, dengan sebagian besar masyarakat hanya menjual hasil panen dalam bentuk mentah. Hal ini mengindikasikan adanya peluang besar untuk meningkatkan nilai tambah produk singkong melalui pengolahan yang lebih lanjut.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim penulis mengusulkan sebuah inovasi dalam bentuk pengembangan produk UMKM berbasis olahan singkong. Inovasi ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi sumber daya alam lokal, meningkatkan daya saing produk, serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Betung II. Dengan adanya pengembangan produk olahan singkong, diharapkan dapat membuka peluang usaha baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di desa tersebut.

Metode Kegiatan Penelitian

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan cara berinteraksi langsung antara peneliti dan responden serta menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisa strategi pengolahan singkong di lokasi diadakannya Kuliah Kerja Nyata di Desa Betung II, Kecamatan Lubuk Keliat, Kabupaten Ogan Ilir. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan analisis. Deskriptif dalam penelitian kualitatif berarti menggambarkan dan menjabarkan peristiwa, fenoma dan situasi sosial yang diteliti (Waruwu,

2023). Pengumpulan data diambil melalui observasi langsung mulai dari pelaksanaan awal pengolahan singkong hingga distribusi dan perhitungan hasil jual akhir produk.

Hasil Dan Pembahasan

Singkong merupakan salah satu umbi-umbian yang memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi. Selain itu, singkong juga mengandung zat lainnya yang bermanfaat bagi tubuh. Adapun rincian zat yang terkandung didalam singkong yaitu sebagai berikut.

No.	Kandungan	Umbi
1.	Protein (kal)	146
2.	Protein (g)	1,2
3.	Lemak (g)	0,3
4.	Karbohidrat (g)	34,7
5.	Kalsium (mg)	33
6.	Fosfor (mg)	40
7.	Besi (mg)	0,7
8.	Vit A (ST)	0
9.	Vit B1 (mg)	0,06
10.	Vit C (mg)	30
11.	Air (g)	62,5

Tabel 1. Kandungan gizi pada singkong (Darjanto dan Murdjati, 1980), (Rois, 2023).

Singkong (*Manihot esculenta*) merupakan salah satu komoditas sumber daya alam lokal yang melimpah di Desa Betung II. Berdasarkan data yang ada, hasil panen singkong di desa tersebut mencapai 7 ton per tahun dengan satu kali panen setiap tahunnya. Meski demikian, sebagian besar hasil panen singkong hanya dijual atau dikonsumsi untuk keperluan pribadi oleh masyarakat setempat, tanpa adanya kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berbasis pengolahan singkong menjadi produk makanan.

Keberadaan hasil panen singkong yang melimpah ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk olahan bernilai tambah. Oleh karena itu, tim penulis berinisiatif untuk memperkenalkan konsep pengolahan singkong menjadi berbagai jenis makanan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembentukan UMKM berbasis olahan singkong. Inovasi ini diharapkan dapat memberikan peluang ekonomi baru bagi masyarakat Desa Betung II, serta memperkenalkan singkong sebagai komoditas pangan yang bernilai tinggi dengan daya saing di pasar yang lebih luas. Dengan demikian, pengolahan singkong dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat desa dan meningkatkan diversifikasi produk pangan berbasis singkong.

Teknik Pengolahan Singkong

Produk yang dibuat yaitu brownies yang diberi nama "*Manihot Cake*" dengan bahan dasar utama singkong sebagai pengganti gandum. *Manihot* diambil dari bahasa ilmiah singkong yaitu *Manihot utilissima* atau sering disebut dengan ubi kayu. Rincian bahan lainnya yang digunakan yaitu singkong, ovalet, pengembang kue, telur, coklat, dan gula.

Cara pembuatan produk :

1. Kupas singkong dan bilas sampai bersih
2. Setelah itu parut singkong dan di peras (dibuang airnya)
3. Mixer telur dan gula dalam wadah yang berbeda
4. Setelah adonan menjadi putih, tambahkan pengembang kue dan ovalet
5. Masukkan pewarna atau coklat lebih menarik
6. Setelah itu masukan ampas singkong, aduk hingga rata
7. Tambahkan minyak yang dicampur air panas ke adonan, setelah adonan rata masukan kedalam wadah cetakan dan di kukus hingga masak
8. Produk bisa ditambahkan mesis ataupun keju pada bagian atasnya sebagai hiasan dan penambah daya tarik produk



Gambar 1. Produk *Manihot Cake*

9. Produk dikemas dan diberikan label sebagai identitas produk tersebut



Gambar 2. Kemasan produk *Manihot Cake*

10. Produk siap di pasarkan

Strategi Pemasaran Produk

Strategi pemasaran menurut Kotler and Amstrong (2012) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah perencanaan awal sebuah aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan menawarkan produk kepada konsumen. Selain itu juga dapat meyakinkan konsumen

bahwa produk yang kita tawarkan adalah produk yang bermanfaat bagi konsumen tersebut (Purbohastuti, 2021).

Strategi pemasaran yang diterapkan untuk produk "*Manihot Cake*" adalah melalui pendekatan *Promosi Pre-Marketing*. Sebelum pelaksanaan pemasaran secara luas, produk *Manihot Cake* terlebih dahulu didistribusikan kepada sebagian masyarakat di sekitar Desa Betung II untuk tujuan promosi dan evaluasi terhadap kualitas rasa produk. Pemasaran kemudian difokuskan pada pasar lokal (kalangan) yang ada di Desa Betung II.

Analisis Nilai Tambah

Produk dijual dengan harga Rp.3.000,00/pcs. Dari hasil penjualan didapatkan nilai tambah sekitar 50% dari modal pembuatan produk. Dalam proses penjualan dan pemasaran juga banyak masyarakat sekitar yang tidak mengetahui proses pengolahan singkong menjadi brownies. Hal ini berkontribusi pada tingginya minat terhadap produk tersebut, sehingga dalam proses penjualan semua produk habis terjual karena sebelumnya produk serupa belum ada di daerah tersebut.



Gambar 3. Produk *Manihot Cake*

Analisis SWOT Produk

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) (Mashuri, 2020). Dari hasil pemasaran *Manihot Cake*, didapat Analisa SWOT produk yaitu :

***Strenght* (Kekuatan)**

Produk *Manihot Cake* memiliki rasa yang enak dan tekstur yang lembut. Selain itu, produk dikemas dengan label sebagai identitas produk serta dihias semenarik mungkin sehingga menimbulkan daya tarik masyarakat sekitar untuk membeli produk tersebut.

Weaknesses (Kelemahan)

Di desa tersebut, tidak tersedia pasar setiap harinya. Hanya tersedia kalangan setiap hari rabu. Selain itu, tempat pembelian bahan baku yang lengkap cukup jauh dari jangkauan desa tersebut. Sehingga menjadi suatu hambatan dalam produksi produk "*Manihot Cake*"

Opportunities (Peluang)

Singkong merupakan salah satu sumber daya alam yang banyak tersedia di Desa Betung II. Sehingga mempermudah dalam penyediaan bahan dasar utama pembuatan produk. Produk juga belum pernah dijual di daerah tersebut sehingga menjadi ide inovasi produk UMKM di daerah tersebut. Selain itu, di Desa tersebut, tidak tersedia toko kue terdekat. Sehingga brownies tersebut menjadi ide UMKM dalam rangka menambah nilai tambah ekonomi masyarakat sekitar.

Threats (Ancaman)

Jumlah peminat produk kedepannya yang semakin lama semakin menurun karena tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang menurun. Sehingga diperlukan suatu inovasi produk.

Simpulan

Singkong menjadi salah satu sumber daya alam yang banyak tersedia di Desa Betung II. Minimnya UMKM dan produk olahan singkong di daerah tersebut mencetus suatu ide pembuatan produk berbahan dasar singkong. Produk yang dibuat yaitu brownies yang diberi nama *Manihot Cake* yang diambil dari bahasa ilmiah singkong atau ubi kayu yaitu *Manihot utilissima*. Didapatkan bahwa, dengan pengolahan singkong menjadi produk olahan makanan menghasilkan nilai tambah pendapatan sekitar 50% dari modal pembuatan. Hal tersebut diharapkan menjadi suatu ide inovasi bagi masyarakat untuk mengembangkan produk olahan hasil panen di Desa Betung II.

Saran

Diharapkan ke depannya, kegiatan UMKM kuliner ini dapat dijadikan acuan bagi warga desa untuk meningkatkan perekonomian lokal. Selain itu, diharapkan pemberdayaan ibu-ibu PKK dapat dilakukan untuk memasarkan dan menjual hasil olahan tersebut, sehingga tercipta peluang usaha yang berkelanjutan bagi masyarakat desa Betung II.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kepada berbagai pihak terutama Universitas Muhammadiyah Palembang dan masyarakat desa Betung II yang telah bekerja sama dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata angkatan 63 kelompok 32 dan pihak-pihak yang membantu dalam proses uji coba, pembuatan hingga pemasaran produk *Manihot Cake*. Tak lupa kami ucapkan banyak terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang ikut membantu dalam penyusunan artikel ini

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 64-72.
- Isbah, U. and Iyan, R. Y. (2016) 'Analisis Peran Sektor Pertanian Dalam Perekonomian Dan Kesempatan Kerja Di Provinsi Riau', *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, (19), pp. 45-54.
- Kustianti, R. (2022, Juni 23). Asal-usul Singkong dan Macam-macam Namanya di Indonesia. Diambil kembali dari traveltempo.co: <https://travel.tempo.co/read/1606768/asal-usul-singkong-dan-macam-macam-namanya-di-indonesia>
- Kusumaningrum, S. I. (2019) 'Pemanfaatan Sektor Pertanian Sebagai Penunjang Pertumbuhan Perekonomian Indonesia', *Jurnal Transaksi*, 11(1), pp. 80-89.
- Mashuri. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Perbankan Syariah*, 97-112.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*.
- Purnomo, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Singkong di Kota Salatiga. *Journal of Economics Research and Policy Studies*.
- Rois, F. (2023). Pengoptimalan Pengolahan Singkong Menjadi Produk Pangan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Suyadi. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Meode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendiidikan Tambusai*, 2896-2910.

Lampiran



Gambar 4. Proses Pemasaran Produk



Gambar 5. Proses Pemasaran Produk



Gambar 6. Proses Pemasaran Produk