



Peningkatan Nilai Tambah Produk UMKM Carang Mas dari Hasil Program P2WKSS di Dusun Sobo Desa Madiredo Kabupaten Malang

Amelindha Vania¹⁾

¹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Keywords :

Nilai Tambah;
Produk Carang Mas;
Program P2WKSS

Correspondensi Author

Email: amelindhvania@uin-malang.ac.id

History Artikel

Received: 05-08-2022;

Reviewed: 05-08-2022

Revised: 05-08-2022

Accepted: 05-08-2022

Published: 06-08-2022

DOI: 10.52622/mejuajuajabdimas.v2i1.53

Abstrak. Wanita menjadi penggerak utama dalam UMKM. Program P2WKSS menjadi pendobrak harapan bagi Dusun Sobo Desa Madiredo dalam menghadapi perekonomian daerah. “Della Muda” menjadi contoh produk olahan komoditi lokal (wortel) bagi masyarakat sekitar dengan menghasilkan produk carang mas. Aspek pengelolaan SDM dilakukan dengan memberikan pelatihan secara konsisten pada tenaga kerja (warga sekitar yang berminat), aspek keuangan dikelola secara konvensional namun dalam aspek pemasaran telah berhasil mempromosikan dalam *marketplace*. Adanya berbagai program inovatif ditemukan masih sulit dilakukan dikarenakan kurangnya pemenuhan alat dan pelatihan secara berkala dalam rangka meningkatkan program P2WKSS.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Pendahuluan

Pertumbuhan di masa globalisasi sangat tergantung pada zona ekonomi sebagai dimensi keberhasilan yang dicoba oleh pemerintah. Kedudukan warga dalam pembangunan nasional, terutama dalam pembangunan ekonomi, merupakan Usaha Mikro, Kecil serta Menengah (UMKM). Kedudukan UMKM dalam perekonomian nasional mempunyai kedudukan berarti serta strategis. Keadaan ini sangat memungkinkan sebab keberadaan UMKM sedikit lebih dominan dalam perekonomian Indonesia (Anggraeni et al., 2021; Bahtiar & Subroto, 2020; Sarfiah et al., 2019). Dusun Sobo merupakan salah satu wilayah di dalam Kelurahan Madiredo, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Daerah ini dikenal dengan berbagai macam produk – produk tani seperti tanaman dan sayur – sayuran. Masing – masing warga di lokasi tersebut memiliki lahan untuk dapat dibudidayakan menjadi produk – produk pilihan masyarakat yang dapat diperjualbelikan dan memiliki daya saing pasar yang memumpuni.

Ibu rumah tangga pada masing – masing KK merupakan murni ibu rumah tangga yang mencoba belajar berupa meningkatkan produktivitas dalam rangka meningkatkan pendapatannya (Purwandhani et al., 2019; Setyawati et al., 2018). Sebagian kasus pokok yang dialami oleh Dusun Sobo antara lain merupakan tingkatan pemasukan warga serta tingkatan kesejahteraan yang relatif belum memadai, masih terbatasnya keahlian mengolah komoditas lokal, serta pemasaran hasil produk dalam menjangkau pasar berskala regional terlebih nasional. Disamping itu pula terdapatnya mutu karyawan (SDM) warga yang masih terbatas. Berdasar pada keadaan tanah serta cuaca, Dusun Sobo tercantum tanah produktif serta mempunyai kemampuan unggulan di bidang pertanian serta industri kecil sehingga kedua bidang tersebut butuh memperoleh prioritas utama dalam rangka memacu pembangunan bidang yang lain demi tercapainya kesejahteraan warga. Program P2WKSS

(Peningkatan Peranan Wanita Menuju Keluarga Sehat Sejahtera) adalah program terpadu pemerintah sebagai bentuk upaya dalam kebersamaan masyarakat dalam penanggulangan kemiskinan (Simanjuntak, 2020; Suherman et al., 2022). Noviyanti et al (2019) menyatakan bahwa program ini ialah salah satu usaha buat meningkatkan SDM, SDA serta menciptakan dan meningkatkan keluarga dengan tingkat kesehatan yang baik dalam pembangunan warga dengan wanita selaku penggerakannya.

Program tersebut hadir di Dusun Sobo dengan kegiatan Lomba UMKM. Ibu Atik menjadi salah satu yang ikut serta dalam kegiatan tersebut dengan mengolah bahan wortel dikarenakan Dusun Sobo memiliki komoditi wortel, buah apel serta beragam sayuran yang melimpah. Olahan wortel dan apel tersebut dijadikan carang mas dan Ibu Atik memberi nama produk tersebut “Della Muda”. Produk carang mas pada dasarnya terbuat dari ubi dan gula (Hidayah & Saubaki, 2021; Wati et al., 2021). Pengelolaan mulai dari perekrutan karyawan dan pemilihan alat pemasaran menjadi bahan pertimbangan 'Della Muda' menjadi pembahasan utama penulis dalam merangkum bagaimana cara “Della Muda” lahir menjadi produk yang digemari oleh masyarakat hingga luar kota.

Metode

Metode penelitian ini adalah dengan dilakukan FGD (*Focus Griup Discussion*) dan PRA (*Participatory Rural Appraisal*) dengan melibatkan narasumber dalam kegiatan (Marsetiya Utama et al., 2021). Proses pemberi bantuan dengan cara keikutsertaan peneliti dalam menyelusuri kegiatan dan langkah demi langkah proses pembuatan produk carang mas dengan merk “Della Muda” hingga pada pemasarannya.

Hasil dan Pembahasan

Dalam melakukan proses produksi, Bu Atik merekrut masyarakat setempat yang berkeinginan untuk berkembang bersama. Sistem perekrutan karyawan yang dilakukan oleh Bu Atik selaku pemilik “Della Muda” yaitu dengan cara merekrut orang-orang yang memang memiliki keinginan yang kuat dan juga tekad untuk bekerja di “Della Muda”. Menurut Bu Atik, dengan merekrut orang-orang yang benar-benar mempunyai keinginan yang tinggi untuk bekerja akan menghasilkan output yang baik pula dalam pekerjaannya. Tidak hanya demikian, setelah melakukan proses perekrutan tenaga kerja, Bu Atik memberikan pelatihan kepada para pekerja barunya agar kinerjanya maksimal.

Nama “Della Muda” diambil dari nama anaknya yaitu Della dan Muda diambil dari nama Bu Atik Sendiri. UMKM “Della Muda” sendiri sudah memiliki Hak Paten dan sertifikasi halal yang diurus langsung oleh Bu Atik dengan melalui proses yang sangat panjang. Hak Paten sendiri di urus dua tahun lalu karena mengikuti aturan untuk memastikan bahwa merek “Della Muda” tidak menyalahi aturan atau sama dengan nama merek lain. Ketika produk “Della Muda” sudah dikenal, Bu Atik pun melaksanakan progress ke arah pemberdayaan.

Dalam mengelola UMKM “Della Muda”, Bu Atik tidak memiliki manajemen keuangan yang strategis. Hal itu dikarenakan UMKM dikelola secara pribadi dan tidak memiliki sasaran yang pasti, ditambah usaha Bu Atik bukanlah usaha dalam pabrik. Sehingga, Bu Atik menggunakan manajemen keuangan yang bersifat otodidak sesuai kemampuan produksi maupun permintaan produk yang melonjak di waktu-waktu tertentu. Misalnya, apabila dalam satu bulan ada permintaan produk untuk berbagai acara seperti pernikahan, khitanan, dan lain sebagainya, menjadikan Bu Atik harus menggunakan uang di luar uang belanja atau uang produksi UMKM untuk memenuhi permintaan produk. Nantinya, uang hasil penjualan akan dimasukkan kembali ke uang belanja UMKM. Karena manajemen keuangan yang otodidak, pemasukan dan pengeluaran keuangan Bu Atik juga berbeda-beda setiap minggunya. Walaupun begitu, UMKM “Della Muda” masih tetap dapat berjalan hingga kini, karena Bu Atik selalu konsisten dalam menjalankan bisnisnya, semua bahan baku yang menjadi kebutuhan produksi “Della Muda” selalu dibayar kontan ketika membeli, sehingga “Della Muda” tidak mempunyai tanggungan setelah produksi.

Awal mula memasarkan produknya, Bu Atik tidak pernah ragu dan tidak takut gagal untuk memperkenalkan produknya pada masyarakat setempat. Hal itu karena Bu Atik yakin bahwa produk “Della Muda” memiliki kualitas dan kuantitas yang memadai untuk produknya, sehingga dapat memuaskan target pasar dari UMKM yang dijalkannya. Promosi produk tidak dilakukan secara gamblang oleh Bu Atik selaku owner, akan tetapi penyebar luasan informasi terkait produk yang dijual “Della Muda” seringkali menyebar dari mulut ke mulut dengan kata lain kualitas dan pelayanan “Della Muda” yang berbicara, sehingga para pembeli yang membeli produk “Della Muda” dan merasa puas

dengan produk serta pelayanannya, maka akan menginformasikan kepada orang disekitarnya. Sebagai upaya untuk memuaskan pelanggan, Bu Atik selalu memastikan ketersediaan stok setiap harinya dan juga terus meningkatkan kualitas pelayanan. Seorang wirausahawan yang memiliki sifat pantang menyerah dan terus mencoba tanpa takut gagal membawa Bu Atik meraih perkembangan dalam pemasaran produknya. Pemasaran dilakukan melalui media sosial seperti *WhatsApp*. Pemesanan produk biasanya dilakukan melalui *WhatsApp* dengan contact person Bu Atik sendiri selaku owner. Informasi terkait stok produk dan lain sebagainya terkait produk “Della Muda” juga di informasikan melalui *WhatsApp*.

Proses produksi carang mas wortel dimulai dari memotong wortel lalu wortel tersebut di rendam untuk beberapa menit kemudian wortel dipasrah menjadi bagian yang lebih kecil seperti batang korek api dan setelahnya di beri tepung beras di diamkan beberapa menit kemudian digoreng setelah setengah kering dikasih air gula pasir, setelah warnanya sudah kecokelatan maka diangkat lalu dicetak selagi panas di pencetak carang mas.



Gambar 1. Proses produksi “Della Muda” Carang Mas berbahan Wortel

Sekarang ini “Della Muda” mulai mengembangkan sistem pemasarannya yang semula hanya menggunakan *WhatsApp*, sekarang UMKM “Della Muda” sudah memiliki akun instagram dan juga sudah membuka toko pada salah satu marketplace yaitu Shopee.



Gambar 2. Carang Mas yang telah dikemas dan siap dijual ke pasar konvensional maupun *marketplace*

Hal ini juga sebagai upaya “Della Muda” untuk mengenalkan dan memasarkan produknya kepada khalayak yang lebih luas, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Della Muda, terlebih saat masa pandemi Covid-19 yang membuat beberapa sektor industri macet, terlebih UMKM “Della Muda” sangat berkaitan dengan sektor wisata dimana pada masa pandemi banyak dilakukan pembatasan jumlah pengunjung pada sebagian besar tempat wisata sehingga para pembeli oleh-oleh yang mayoritas adalah wisatawan jumlahnya juga ikut menurun.

Langkah yang diambil “Della Muda” untuk merambah ke dunia digital dalam pemasaran produknya merupakan solusi yang bagus dan dapat memajukan usahanya apabila fasilitas yang sudah ada dapat dimanfaatkan dengan baik. Selain itu memang sudah menjadi tugas para pemilik usaha untuk dapat selalu menyesuaikan dengan perkembangan yang ada agar bisnisnya tidak mati dan dapat terus eksis ditengah persaingan pasar yang semakin ketat. Nilai tambah dalam pengelolaan carang mas dengan memanfaatkan komoditi utama sebagai simbol bahwa kreatifitas pengolahan bahan pangan memiliki dampak luar biasa bagi Dusun Sobo. Kestabilan mempertahankan ekonomi saat pandemi juga menjadi tantangan utama untuk terus berproduksi melalui media yang semakin *uptodate*.

Simpulan Dan Saran

Pada dasarnya, apapun jenis pelatihan yang ditawarkan merupakan langkah awal yang yabaik dalam upaya mengubah kondisi dan situasi masyarakat dari segi ekonomi, sosial, agama, dan lainnya. Namun pada durasi pelatihan yang diberikan tidak akan cukup menjaga keberlanjutan penerapannya. Alhasil warga kurang bertumbuh, serta tidak sanggup mendirikan ekonomi inovatif yang mandiri. Dampak perihal itu, berefek pada tujuan program P2WKSS belum berhasil. “Della Muda” menjadi salah satu penggerak UMKM di Dusun Sobo dengan diwujudkan upaya manajemen yang telah dirubah.

Pada aspek pemasaran terjadi perubahan yang awalnya hanya menyebarkan informasi melalui *Whatsapp*, diperlebar lagi melalui akun *instagram* dan *nenuka toko* di salah satu *marketplace Shopee*. Namun pada aspek keuangan, “Della Muda” masih dilakukan konvensional karena pemilik “Della Muda” yakin bahwa dengan cara konvensional ini, beliau dapat memantau pergerakan dengan lebih jeli dan teliti walaupun disisi lain Bu Atik harus tetap melakukan pelatihan lanjutan terkait penganggaran keuangan yang lebih efisien dan efektif..

Daftar Rujukan

1. Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Alimah, N. M. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKMDi Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 47–65.
2. Bahtiar, R. A., & Subroto, J. G. (2020). Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor Umkm.

3. Hidayah, Z., & Saubaki, M. Y. (2021). Pemberdayaan Kelompok Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Kauniki Melalui Pengolahan Pangan Lokal. Seminar Nasional P3M Politanikoe Ke-4, 43–48.
4. Marsetiya Utama, D., Baroto, T., & Dwi Yasa, A. (2021). Pendampingan Manajemen Pemasaran pada Industri Olahan Pertanian di Mojokerto Article Info ABSTRACT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 76–81. <https://journal.kualitama.com/index.php/pelita>
5. Noviyanti, R., Yuliani, L., Herwina, W., & Pendidikan Masyarakat Fakultas Keguruan dan, J. (2019). Partisipasi Kelompok Wanita Tani Dalam Meningkatkan Program P2wkss Untuk Memanfaatkan Lahan. In *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS* (Vol. 4, Issue 2).
6. Purwandhani, S. N., Kusumastuti, C. T., & Indropurahasto, S. (2019). Program Kemitraan Masyarakat Bagi Kelompok Wanita Tani Ngupoyo Boga Godean, Sleman, Yogyakarta Dalam Pengolahan Bunga Telang.
7. Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
8. Setyawati, N. W., Ningrum, P., & Ak, M. (2018). POTENSI PERAN WANITA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN KELUARGA NELAYAN. *Jurnal Fame*, 1(1), 1–7. <http://journal.ubm.ac.id/>
9. Simanjuntak, F. N. (2020). EduMatSains Jurnal Pendidikan, Matematika dan Sains Literasi Kimia Dalam Konsumsi Pangan Bergizi, Beragam Dan Berimbang Menuju Kehidupan Sehat Dan Sejahtera. *Jurnal Pendidikan, Matematika Dan Sains*, 5(1), 65–82. <http://ejournal.uki.ac.id/index.php/edumatsains>
10. Suherman, E., Faqih, A., Trisnarningsih, U., Ketahanan Pangan dan Pertanian Kec Luragung, U., Kuningan, K., Studi Agribisnis, P., Pertanian UGJ Cirebon, F., & Studi Agroteknologi, P. (2022). Hubungan Partisipasi Anggota Kelompok Wanita Tani dengan Tingkat Keberhasilan Pemberdayaan di Bidang Pertanian (The Relationship Participation of Women Farmer Group Member with Successful Empowerment in Agriculture Sector). *Jurnal Paradigma Agribisnis*, 94–102.
11. Wati, R., Antriyadarti, E., Studi Agribisnis, P., & Pertanian, F. (2021). Analisis Profitabilitas Dan Nilai Tambah Usaha Industri Pangan Produk Carang Mas Di Kabupaten Magetan. In *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis* (Vol. 24, Issue 02).