

PENGEMBANGAN UMKM DESA PERLANG PADA PEMBUATAN BUBUR UCIR

Aishara Shafa Aulia¹, Asnita Sari Dewi siregar², Dela Trisya Agesty³, Dini Agustin⁴, Endah Saputri⁵,
Fariansyah Muarif⁶, Hedhlaber Damega Samana⁷, Lamuhairah Putri Wijayanti⁸, Rizki Kurniawan⁹,
Salsa Delia Fita¹⁰, Risnina Wafiqoh¹¹

¹Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

²Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, Indonesia

³Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁴Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁵Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁶Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁷Pendidikan Olahraga, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

⁸Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia

⁹Teknologi Informasi, Universitas Aisyiyah Yogyakarta, Indonesia

¹⁰Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

¹¹Pendidikan Matematika, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

Aisharashafa24@gmail.com, asnitasiregar377@gmail.com, delatrisyaagesty@gmail.com, diniagustin563@gmail.com,
endahhyuck@gmail.com, fariansyahmuarif@gmail.com, dukunghedhla@gmail.com, lamuhairah190802@gmail.com,
rizkikur7676@gmail.com, salsadelia436@gmail.com, risnina.wafiqoh@unmuhbabel.ac.id

ABSTRAK

Bubur ucir adalah makanan khas Desa Perlang. Bahan dalam pembuatan bubur ucir antara lain sagu, santan, gula merah. Dengan adanya program KKN Muhammadiyah dan 'Aisyiyah (KKN Mas) ini yang berada di Desa Perlang Kecamatan Lubuk Besar, Kabupaten Bangka Tengah, Kepulauan Bangka Belitung. Memiliki tujuan yaitu peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Perlang melalui pembuatan bubur ucir. Dengan adanya program ini memberikan pelatihan sekaligus pendampingan kepada komunitas Ibu-Ibu PKK Desa Perlang tentang bagaimana cara mengkreasikan bubur ucir menjadi produk makanan yang memiliki nilai jual tinggi dan melakukan branding pada bubur ucir, karena dalam pemasaran bubur ucir masih belum memiliki nilai jual dan belum memiliki inovasi yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Desa Perlang maupun di luar Perlang. Metode yang dilakukan yaitu menggunakan metode praktik dengan cara menggelar pameran/bazar UMKM produk bubur ucir serta pemasaran menggunakan digital marketing. Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu para Ibu PKK Desa Perlang dan POKDARWIS. Hasil yang diperoleh setelah melaksanakan acara pameran/bazar UMKM bubur ucir yaitu memperbarui kemasan dengan box plastik, pembuatan logo produk bubur ucir dan berhasil melakukan promosi produk UMKM bubur ucir dalam acara pameran tersebut serta melalui sosial media untuk penjualannya

Kata Kunci: Bubur Ucir; Produk UMKM; Pameran UMKM

A. Pendahuluan

UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat dengan lingkup kecil yang berdiri sendiri dan dikelola oleh perorangan atau kelompok (Suryati, 2021). Banyak permasalahan umum yang sering dialami oleh para pejuang UMKM salah satunya yaitu tentang personal branding suatu produk. Branding sangat penting bagi para UMKM untuk memudahkan konsumen mengenali produk sehingga konsumen akan nyaman dengan produk tersebut (Imas Rahmatissa, Windiah Kintani, Andini Safutri, Hendi Periyatna, Nur Amalia Al Choiriyah, Ayu Pratiwi, Marpiadi, Elisa Amanda, Maulidya Juniati, Desi Putri, 2023). Banyak UMKM yang mati karena kurangnya marketing yang disesuaikan dengan adanya perkembangan zaman. Yang di mana pada zaman modern ini hampir semua penjualan serba online. Selanjutnya (Fatoki, 2012) juga menegaskan, zaman digital telah melengkapi apa yang selama ini telah menjadi masalah UMKM yakni kompetensi bersaing. Globalisasi secara signifikan merubah sudut pandang korporasi/produsen terhadap UMKM, mereka menyadari bahwa UMKM adalah corong pemasaran di abad ini. (Ogunyomi & Bruning, 2016) menyatakan, sesungguhnya yang diperlukan UMKM dalam globalisasi adalah meningkatkan kemampuan pemasaran. UMKM fokus pada pelanggan, melakukan observasi pada tingkat yang rumit tentang sikap dan perilaku, melakukan pemetaan terhadap beragam kebutuhan, keinginan, gaya hidup, dan tren. Kemudian UMKM merangkul perusahaan sebagai produsen, untuk dapat menyediakan atas informasi yang didapat. Kondisi ini memberikan keuntungan yang besar bagi UMKM untuk mengembangkan unit usahanya, sekaligus ikut di dalam persaingan di era modern. Selain dalam hal promosi, hal menarik suatu produk juga sangat diperhatikan para konsumen, namun tidak semua menyadari bahwa sebuah kemasan dalam produk itu sangat penting, terkadang para UMKM hanya terfokus pada rasa, namun kualitas suatu produk terkesampingkan.

Permasalahan yang terjadi atau yang dialami oleh para Ibu PKK Desa Perlang yaitu kurangnya ilmu mengenai pemasaran dan branding terhadap produk UMKM, selain itu kemasan yang kurang menarik konsumen. Kreativitas yang dilakukan oleh Tim PKK Perlang perlu kita apresiasi. Dalam penelitian (Hsb et al., 2023) menyatakan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan dalam peningkatan kinerja penjualan UMKM. 70% pengusaha kreatif mengatakan digital marketing akan menjadi platform komunikasi utama dalam pemasaran, dan offline store akan menjadi pelengkap, dikarenakan kemudahan dan kemampuan digital marketing dalam menjangkau lebih banyak konsumen. Namun kendala yang dihadapi oleh mereka yaitu kurang update mengenai sosial media dan promosi sehingga produk yang mereka produksi kurang di kenal masyarakat banyak. (Nofrizal, 2017) menegaskan, sekarang bukan saatnya mengeluh akan tetapi membuka mata, bahwa dunia telah ada di hadapan pelaku UMKM serta mereka ikut terlibat meski perlu menghadapi risiko. Dengan melihat dunia UMKM dapat melihat beragam kebaikan yang dapat disuguhkan (produk berkualitas dan bernilai tambah), dengan jaringan teknologi UMKM dapat bermitra dan menjangkau seluruh lapisan konsumen, dan dengan akses informasi UMKM dapat menguasai pasar. Salah satunya yaitu bubur ucir yang kurang diminati serta diketahui oleh warga sekitar, sehingga hanya beberapa orang saja yang mengenal dan bisa membuat bubur ucir, sedangkan warga lainnya masih asing dengan nama bubur ucir yang dimana makanan tersebut merupakan salah satu ciri khas desa perlang selain pariwisatanya. Alasan kami peserta KKN MAs Desa Perlang melakukan pengabdian ini yaitu ingin mengangkat bubur ucir menjadi salah satu makanan khas Desa Perlang dan lebih bisa di kenal oleh masyarakat sekitar maupun sampai ke luar kota.

Dengan adanya permasalahan tersebut kami memikirkan solusi dengan cara pembuatan logo bubur ucir. Tujuan diadakannya pembuatan logo agar bubur ucir memiliki identitas dan mudah dicari maupun dikenal. Selain pembuatan logo kami juga memperbaiki kemasan bubur ucir, awalnya sebelum diperbaiki kemasan bubur ucir menggunakan gelas plastik yang sangat tipis dan mudah rusak, melihat hal ini kami berinisiatif merubah kemasan bubur ucir menggunakan box plastik yang berbahan tebal dan memiliki penutup guna melindungi bubur ucir dalam kemasan

dan mempercantik kemasan bubur ucir serta terlihat lebih rapi dan menarik. Dapat disimpulkan hasil dari pengabdian tersebut yaitu terciptanya logo bubur ucir dan perbaikan kemasan agar lebih menarik perhatian konsumen.

Setelah kami membuat logo bubur Ucir dan memperbaiki kemasan penjualan bubur ucir, kedepannya pihak PKK Desa Perlang akan bekerja sama dengan Dinas Kesehatan dan Badan BPOM untuk mengecek lebih lanjut kelayakan bubur ucir yang akan diperjual belikan. Kelayakan yang nanti akan di cek yaitu mengenai tekstur, warna bubur ucir, bahan yang ada dalam pembuatan serta ketahanan bubur ucir dan pembuatan verifikasi halal. Hal tersebut dilakukan agar lebih meyakinkan konsumen serta kelayakan yang sah saat diperjual belikan kepada konsumen.

Kesimpulannya yaitu pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memecahkan masalah yang dialami oleh tim PKK Desa Perlang yang selama ini belum memiliki titik terang terhadap UMKM di Desa Perlang, dengan adanya penelitian ini kami berharap PKK Desa perlang lebih maju dan inovatif terhadap produk UMKM yang diproduksi selama ini dan dapat mengembangkan UMKM Desa.

B. Metode Pelaksanaan

1. Profil Mitra

Mitra yang terlibat dalam pengabdian kepada masyarakat ini merupakan para Ibu PKK yang berada di Desa Perlang, jumlah orang yang terlibat dalam pelaksanaan ini ada 15 orang. Terdiri dari personil ibu PKK Desa Perlang.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode pendampingan dan praktikum yang dilakukan oleh peserta KKN MAs Desa Perlang.

3. Periode Program

Periode program dilaksanakan selama 15-28 Agustus 2023.

4. Langkah-Langkah Pelaksanaan

a. Pra Kegiatan

Melakukan observasi awal di Desa Perlang, komunikasi tahap awal bersama ibu-ibu PKK Desa Perlang, melakukan koordinasi serta perizinan dengan mitra untuk melakukan kerja sama, persiapan jadwal peserta KKN MAs Desa Perlang dalam tahapan pendampingan UMKM komunitas ibu-ibu PKK supaya bisa terlaksana secara maksimal dan efektif.

b. Kegiatan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan adalah pendampingan pembuatan logo, pendampingan proses pembuatan bubur ucir, pendampingan yang kami lakukan adalah membranding makanan khas Desa Perlang yakni bubur ucir melalui bazar UMKM dilaksanakan di wisata Desa Perlang yaitu Danau Pading selama 2 hari.

C. Hasil dan Pembahasan

Pada kegiatan ini, kami menghasilkan branding yang dimana produk bubur ucir ini memiliki logo yang sesuai, memiliki kemasan yang lebih layak, personal branding yang membuat bubur ucir menjadi lebih di kenal secara publik. Berikut langkah-langkah mahasiswa KKN MAs Desa Perlang dalam melakukan pendampingan ibu PKK untuk mengembangkan UMKM Desa Perlang pada pembuatan bubur ucir sebagai berikut:

1. Pembuatan Logo

Kegiatan pendampingan bubur ucir di lakukan bersama ibu-ibu PKK Desa Perlang dengan mencontohkan pembuatan logo terlebih dahulu. Logo yang kami contohkan adalah menggunakan aplikasi *canva*. Logopada produk bubur ucir di buat mirip dengan asli penyajiannya, memiliki gambar berupa mangkok kecil yang berisi bubur ucir yang terbuat dari tepung tapioka dan gula merah dan disajikan dengan santan hangat dengan dominasi warna merah sedikit jingga

pada logonya yang membuat kita tergugah untuk mencoba produk satu ini.



Gambar 1. Proses Pendampingan Pembuatan Logo Bubur Ucir

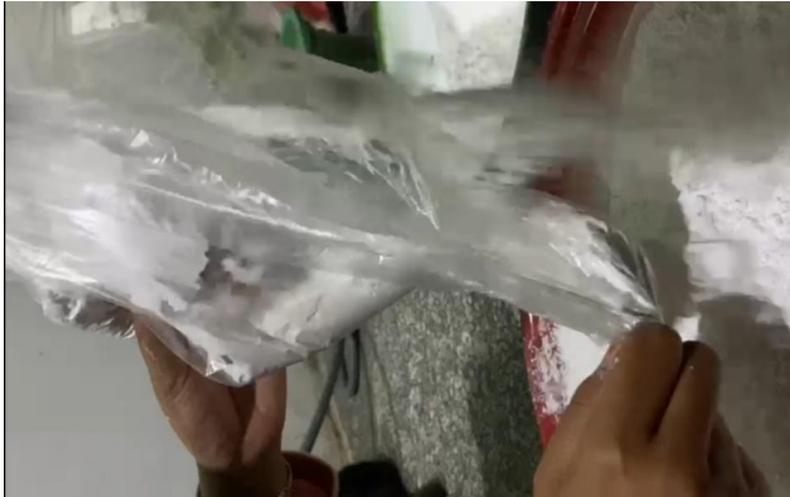


Gambar 2. Logo Bubur Ucir

2. Proses Pembuatan

Pada proses ini, kami peserta KKN MAS 2023 Desa Perlang bersama ibu-ibu PKK membuat bubur ucir di rumah pak kepala desa. Untuk membuat bubur ucir yang perlu dipersiapkan adalah tepung tapioka sebanyak 2 kilogram, gula merah 1 pack, air putih 7 liter, gula putih 1 kg, sedikit garam, dan santan 3 buah kelapa. Alat yang diperlukan dulang berukuran besar, kuali yang berukuran sedang, kompor gas, dan penggorengan. Berikut tahapan proses dalam pembuatan bubur ucir sebagai berikut:

- a. Pertama-tama letakkan tepung tapioka diatas dulang berukuran besar lalu tambahkan sedikit air secara perlahan sampai tekstur tepungnya agak sedikit menggumpal.



Gambar 3. Proses Meletakkan Tepung Tapioka ke Dulang



Gambar 4. Proses Mencampurkan Tepung Tapioka Dengan Air

- b. Setelah dicampurkan dengan air, lakukan proses ucir tepung tapioca dengan menggunakan tangan hingga tepung berbentuk menggumpal kecil-kecil.



Gambar 5. Proses Mengucirkan Tepung Tapioka

- c. Lalu rebus air, gula pasir dan gula merah sampai mendidih menggunakan kuali yang sedikit besar.



Gambar 6. Proses Perebusan Air Putih, Gula Merah dan Gula Pasir

- d. Kemudian setelah air mendidih, campurkan tepung tapioka yang telah dicampur dengan air kedalam rebusan air gula untuk mencampur tepung tapioka ke rebusan air gula harus disaring menggunakan saringan yang berukuran sedang, sambil disaring tepungnya, adonan yang dikuali juga diaduk dengan tujuan agar tidak gosong.



Gambar 7. Proses Mencampurkan Tepung Tapioka ke Kuali yang Berisi Air Gula

- e. Setelah semua tepung diletakkan di air rebusan gula merah, aduk adonan bubur yang cair sampai mendidih dan memiliki tekstur lengket.



Gambar 8. Proses Pengadukan Bubur Ucir

- f. Seusai semua adonan telah mendidih, letakkan adonan ke dalam wadah yang akan dipakai. Jangan taruh adonan ketika dingin, karena adonan telah mengeras sehingga susah untuk mengukur sesuai kebutuhan yang diinginkan.



Gambar 9. Proses Peletakkan Bubur Ucir ke Wadah

- g. Setelah semua selesai, rebus santan dengan sedikit garam. Jangan rebus santan mendidih cukup sampai santan hangat saja. Jangan lupa setelah dingin letakkan santan ke wadah yang sudah disediakan.
- h.



Gambar 10. Santan yang Sudah di Masukkan ke Wadah

- i. Tunggu bubur ucir mengeras, lalu bubur ucir siap disantap



Gambar 11. Hasil Bubur Ucir

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring yang kami lakukan pada kegiatan ini kedepannya adalah melakukan pendampingan bersama dinas kesehatan untuk uji kelayakan dari segi kesehatan untuk mengetahui berapa banyak kalori yang ada didalam 1 porsi bubur ucir, mengetahui berapa lama bubur ucir dapat bertahan baik disuhu ruang maupun suhu dingin.

Evaluasi pada kegiatan ini yaitu diperlukan pelatihan marketing baik secara offline dan online dengan tujuan pemasarannya dapat dilakukan secara tertata rapi. Harapannya pemasaran bubur ucir dapat menjangkau diseluruh Bangka Belitung bahkan ke seluruh Indonesia sampai mancanegara.

4. Kendala yang Dihadapi

Kendala yang kami hadapi selama melakukan kegiatan pendampingan bubur ucir di Desa perlang ialah minimnya partisipasi dalam diskusi dan kurangnya pengetahuan terkait teknik marketing dan branding.

D. Simpulan dan Saran

Bubur ucir adalah makanan khas dari Desa Perlang yang terbuat dari tepung tapioka, gula merah, gula pasir, air putih, garam dan santan. Dengan adanya pendampingan pembuatan logo produk bubur ucir bersama mahasiswa KKN MAs 2023 dan ibu pkk Desa Perlang, produk UMKM menjadi lebih dikenal di Desa Perlang sendiri melalui Pameran bazar UMKM yang dilaksanakan di Danau pading. Juga dengan peningkatan kemasan produk Bubur Ucir membuat produk ini menjadi lebih terjaga kebersihannya karena dikemas baru ini dilengkapi penutup dimana penutup ini dapat digunakan kembali untuk menyimpan bubur ucir jika bubur ucir belum disantap secara sepenuhnya.

Ucapan Terima Kasih

Mahasiswa KKN MAs 2023 di Desa Perlang mengucapkan terima kasih kepada Kepala Univeristas Muhammadiyah Bangka Belitung, Desa Perlang,ibu Kepala Desa, ibu PKK Desa Perlang yang telah membimbing kami membuat bubur ucir dan terima kasih kepada POKDARWIS Desa Perlang yang telah banyak membantu kami dalam acara pameran bazar UMKM dari sebelum sampai selesainya acara.

Penulis berharap ibu PKK Desa Perlang dapat lebih semangat dalam memajukan UMKM di Desa Perlang. Semoga kedepannya produk bubur ucir semakin laris dan makin dikenal se-Kecamatan Lubuk Besar sampai ke Kabupaten Koba hingga ke Kepulauan Bangka Belitung hingga terkenal diseluruh Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- Fatoki, O. (2012). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Access to Debt Finance and Performance of Small and Medium Enterprises in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 32(2), 121–131. <https://doi.org/10.1080/09718923.2012.11893058>
- Hsb, L. A., Lubis, H. M., Hasibuan, K. U., Alfikri, M., Mikro, U., Sidomulio, D., & Masyarakat, K. (2023). KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI DESA SIDOMULIO. 4(4), 7420–7423.
- Imas Rahmatissa, Windiah Kintani, Andini Safutri, Hendi Periyatna, Nur Amalia Al Choiriyah, Ayu Pratiwi, Marpiadi, Elisa Amanda, Maulidya Juniati, Desi Putri, W. P. S. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Desa Perlang Dalam Pembuatan Branding dan Pemasaran Melalui Marketplace. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 1958–1964. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/707%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/707/543>

- Nofrizal, N. (2017). Developing formulation strategy areas msme banana chips based on superior commodities in Inhil county. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis ...*. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/826><http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/download/826/1023>
- Ogunyomi, P., & Bruning, N. S. (2016). Human resource management and organizational performance of small and medium enterprises (SMEs) in Nigeria. *International Journal of Human Resource Management*, 27(6), 612–634. <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1033640>
- Suryati, I. (2021). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 18–30.