

PEMANFAATAN INOVASI PRODUK LOKAL UBI UNGU PADA KELURAHAN MANGUNSARI KECAMATAN GUNUNGPATI, KOTA SEMARANG

Sulistiyani¹
Gita Sugiyarti²
Aris Mardiyono³

^{1,2,3}Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 28 Oktober 2024

Revised: 24 November 2025

Accepted: 26 November 2025

Key words:

ubi ungu, inovasi produk lokal,
pemberdayaan masyarakat,
Mangunsari.

DOI: 10.62335

ABSTRACT

This community service program aims to optimize the potential of purple sweet potato as a superior local product in Mangunsari Village, Gunungpati District, Semarang City, through the development of innovative food processing and strengthening the community's business capacity. Purple sweet potato has been cultivated by the community, but its utilization is still limited to household consumption with low economic added value. Limited knowledge of processing, business management, and marketing strategies has prevented purple sweet potato products from developing as a sustainable source of income. The community service program was implemented through several stages: (1) mapping community potential and needs; (2) training on innovative purple sweet potato processed products (brownies, cookies, sticks, chips, and functional drinks); (3) simple business management training (financial record keeping, production cost calculation, and profit and loss analysis); (4) marketing training, including packaging, branding, and simple digital marketing; and (5) mentoring and monitoring of business implementation. The results of the activity showed an increase in participants' knowledge and skills in processing purple sweet potato into marketable products, as well as the formation of several small business groups that began producing and marketing products regularly within the village environment, at local events, and through social media. This program has strengthened economic independence, increased self-confidence, and fostered an entrepreneurial spirit among housewives and youth. Key challenges include limited capital, a continuous supply of raw materials, consistent product quality, mastery of information technology, and product legality. Through regular mentoring, the formation of business groups, and networking with local government and external partners, these challenges are gradually being addressed.

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan potensi ubi ungu sebagai produk lokal unggulan di Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, melalui pengembangan inovasi olahan pangan dan penguatan kapasitas usaha masyarakat. Selama ini, ubi ungu telah

¹ Corresponding author: sulistiyani@untagsmg.ac.id

dibudidayakan oleh masyarakat, namun pemanfaatannya masih terbatas sebagai konsumsi rumah tangga dengan nilai tambah ekonomi yang rendah. Keterbatasan pengetahuan pengolahan, manajemen usaha, dan strategi pemasaran menyebabkan produk ubi ungu belum berkembang sebagai sumber pendapatan yang berkelanjutan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui beberapa tahapan: (1) pemetaan potensi dan kebutuhan masyarakat; (2) pelatihan inovasi produk olahan ubi ungu (brownies, cookies, stik, keripik, dan minuman fungsional); (3) pelatihan manajemen usaha sederhana (pencatatan keuangan, perhitungan harga pokok produksi, dan analisis laba rugi); (4) pelatihan pemasaran, termasuk pengemasan, branding, dan pemasaran digital sederhana; serta (5) pendampingan dan monitoring implementasi usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah ubi ungu menjadi produk bernilai jual, serta terbentuk beberapa kelompok usaha kecil yang mulai memproduksi dan memasarkan produk secara rutin di lingkungan kelurahan, acara lokal, dan melalui media sosial. Program ini berdampak pada penguatan kemandirian ekonomi, peningkatan rasa percaya diri, dan tumbuhnya jiwa kewirausahaan di kalangan ibu rumah tangga dan pemuda. Tantangan utama yang dihadapi antara lain keterbatasan modal, kontinuitas pasokan bahan baku, konsistensi kualitas produk, penguasaan teknologi informasi, dan legalitas produk. Melalui pendampingan berkala, pembentukan kelompok usaha, dan jejaring dengan pemerintah kelurahan serta mitra eksternal, beberapa tantangan tersebut mulai dapat diatasi secara bertahap.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal merupakan salah satu strategi penting dalam menguatkan ekonomi kerakyatan dan ketahanan pangan di tingkat akar rumput (Mardikanto & Soebiato, 2015; Suharto, 2014). Kelurahan Mangunsari di Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, merupakan wilayah dengan karakter semi-perdesaan yang memiliki potensi sumber daya pertanian cukup beragam. Salah satu komoditas yang banyak dibudidayakan adalah ubi ungu.

Ubi ungu memiliki kandungan antosianin yang tinggi, serat pangan, dan karbohidrat kompleks yang bermanfaat bagi kesehatan sehingga berpotensi dikembangkan sebagai pangan fungsional (Widowati, 2011). Selain itu, ubi ungu relatif mudah dibudidayakan dan dapat tumbuh di lahan pekarangan, sehingga sesuai dengan kondisi sebagian besar masyarakat Mangunsari. Namun, pemanfaatan ubi ungu di tingkat rumah tangga masih terbatas, umumnya hanya direbus atau diolah secara sederhana. Penjualan ubi ungu masih didominasi dalam bentuk segar dengan harga yang fluktuatif dan margin keuntungan yang rendah.

Di sisi lain, berkembangnya tren konsumsi pangan sehat, produk lokal, dan kuliner kekinian membuka peluang besar bagi pengembangan inovasi produk berbasis ubi ungu, seperti brownies, cookies, stik, keripik, dan minuman fungsional. Upaya pengembangan produk ini sejalan dengan kebijakan penguatan UMKM berbasis potensi lokal yang didorong pemerintah (Kemenkop UKM RI, 2020). Namun, realisasinya di tingkat masyarakat masih terkendala keterbatasan pengetahuan teknis dan nonteknis.

Hasil observasi awal dan diskusi kelompok terarah (FGD) di Kelurahan Mangunsari menunjukkan beberapa permasalahan pokok, yaitu:

1. **Keterbatasan pengetahuan pengolahan hasil pertanian** menjadi produk olahan yang inovatif, higienis, dan tahan simpan (Handayani & Prabowo, 2019).
2. **Minimnya keterampilan manajemen usaha** seperti pencatatan keuangan, perhitungan biaya produksi, dan penentuan harga jual yang tepat.
3. **Kurangnya pemahaman mengenai pemasaran modern**, termasuk pemasaran digital dan branding produk (Sulistiyowati & Nugroho, 2021).

4. **Belum adanya identitas produk lokal (brand)** yang kuat untuk membedakan produk Mangunsari dengan produk daerah lain.

Berdasarkan permasalahan tersebut, disusun program pengabdian masyarakat dengan fokus pada:

1. Pengembangan inovasi produk lokal berbasis ubi ungu.
2. Penguatan manajemen usaha dan pemasaran bagi pelaku usaha kecil dan calon wirausaha.
3. Pemberdayaan masyarakat melalui pembentukan dan penguatan kelompok usaha berbasis komunitas.

Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pendapatan rumah tangga, tetapi juga menguatkan peran perempuan dan pemuda dalam kegiatan ekonomi produktif (Anwas, 2013; Haryani, 2018), serta memperkuat identitas produk lokal Kelurahan Mangunsari.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama. Metode yang digunakan mengacu pada konsep Participatory Rural Appraisal (PRA) dan Asset-Based Community Development (ABCD), dengan memanfaatkan potensi dan aset lokal yang sudah ada.

1. Lokasi, Waktu, dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, tanggal 19 agustus 2025. Sasaran kegiatan adalah:

- Kelompok ibu-ibu PKK.
- Pelaku UMKM pangan skala rumah tangga.

Jumlah peserta aktif sekitar ... orang (misalnya 25–30 orang) yang terbagi ke dalam beberapa kelompok kecil.

2. Tahap Persiapan dan Pemetaan Potensi

Tahap persiapan meliputi:

1. Koordinasi dengan perangkat kelurahan, ketua RW/RT, dan pengurus PKK untuk menentukan jadwal, tempat, dan sasaran.
2. Observasi lapangan untuk melihat ketersediaan bahan baku ubi ungu, pola pemasaran yang selama ini berjalan, dan sarana pendukung yang dimiliki warga.
3. Diskusi kelompok terarah (FGD) untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan hambatan yang dirasakan masyarakat dalam pengembangan usaha.

Pemetaan potensi menunjukkan bahwa sebagian warga telah membudidayakan ubi ungu secara rutin dan beberapa ibu rumah tangga pernah mencoba membuat produk olahan sederhana, namun belum berkelanjutan sebagai usaha.

3. Perancangan Modul Pelatihan

Berdasarkan hasil pemetaan, tim pengabdian menyusun modul pelatihan yang meliputi:

- Modul teknis pengolahan ubi ungu menjadi beberapa produk olahan unggulan.
- Modul manajemen usaha mikro: pencatatan keuangan, perhitungan HPP, dan perencanaan usaha sederhana.
- Modul pemasaran dan branding: konsep bauran pemasaran (4P), desain kemasan, dan pemasaran digital sederhana.

Modul disusun dengan bahasa sederhana, banyak ilustrasi, dan langkah-langkah praktis, sehingga mudah diterapkan oleh peserta dengan berbagai latar pendidikan.

4. Pelaksanaan Pelatihan Teknis Pengolahan Ubi Ungu

Pelatihan teknis dilaksanakan melalui metode demo dan praktik langsung (hands-on training). Peserta dibagi ke dalam kelompok sehingga setiap anggota berkesempatan terlibat dalam:

- Persiapan bahan baku (pencucian, pengukusan, penghalusan ubi ungu).

- Proses pencampuran bahan dan pengolahan menjadi produk (brownies, cookies, stik/keripik, dan minuman).
- Penerapan prinsip sanitasi dan hygiene sederhana, termasuk kebersihan peralatan dan tempat produksi.

Produk hasil praktik kemudian dievaluasi bersama dari aspek rasa, tekstur, tampilan, dan daya tarik konsumen.

5. Pendampingan dan Monitoring

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan berkala melalui:

- Kunjungan ke rumah/kelompok usaha untuk melihat penerapan resep dan penyesuaian dengan kondisi masing-masing.
- Diskusi lanjutan mengenai perbaikan kualitas produk, penyesuaian harga, dan pilihan kemasan.
- Fasilitasi pembukaan akses pemasaran, misalnya melalui kegiatan kelurahan, koperasi, dan kanal media sosial.

Monitoring dan evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test, kuisioner kepuasan, serta pengamatan langsung terhadap keberlanjutan produksi dan penjualan.

Pelatihan Manajemen Usaha Dan Pemasaran

Pelatihan manajemen usaha dan pemasaran menjadi komponen kunci untuk memastikan inovasi produk dapat berlanjut sebagai usaha ekonomi yang berkelanjutan. Banyak pelaku usaha mikro memiliki keterampilan produksi, tetapi belum memiliki kemampuan dalam pengelolaan usaha dan pemasaran (Kemenkop UKM RI, 2020).

1. Pelatihan Manajemen Usaha

Materi manajemen usaha yang diberikan antara lain:

a. Pencatatan Keuangan Sederhana

Peserta diperkenalkan pada pentingnya pencatatan keuangan dan diajarkan:

- Mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran usaha secara harian.
- Membedakan keuangan usaha dan keuangan rumah tangga.
- Menyusun buku kas sederhana menggunakan buku tulis maupun lembar kerja/aplikasi ponsel bagi yang mampu.

b. Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

Melalui contoh kasus produk ubi ungu, peserta diajak menghitung:

- Biaya bahan baku utama (ubi ungu, gula, telur, tepung, margarin, dll.).
- Biaya penolong (gas, listrik, minyak goreng, plastik kemasan).
- Estimasi tenaga kerja langsung (nilai waktu kerja diri sendiri maupun anggota keluarga).

Dari total biaya, peserta belajar menentukan HPP per satuan produk dan menambahkan margin keuntungan yang wajar sehingga harga jual tidak merugikan dan tetap kompetitif.

c. Perencanaan Usaha Skala Kecil

Peserta didampingi menyusun rencana usaha sederhana meliputi:

- Target produksi dan penjualan per minggu/bulan.
- Proyeksi omzet dan laba bersih.
- Strategi pengembangan, misalnya penambahan varian produk atau peningkatan kapasitas produksi secara bertahap.

2. Pelatihan Pemasaran dan Branding

Pelatihan pemasaran difokuskan pada pengenalan konsep pemasaran yang mudah dipahami:

a. Konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion)

- **Product:** keunikan produk ubi ungu Mangunsari, seperti warna ungu alami dan nilai fungsional antioksidan.
- **Price:** penetapan harga yang mempertimbangkan HPP dan daya beli konsumen.
- **Place:** pemilihan lokasi penjualan, seperti warung sekitar, koperasi, bazar, dan titip jual di kafe/warung kopi lokal.
- **Promotion:** promosi dari mulut ke mulut, media sosial, dan partisipasi dalam pameran UMKM (Sulistyowati & Nugroho, 2021).

b. Desain Kemasan dan Label Produk

Peserta diajak merancang kemasan yang sederhana namun menarik, misalnya:

- Penggunaan plastik food grade dengan stiker label.
- Pemberian nama merek yang mencerminkan identitas Mangunsari.
- Pencantuman informasi penting: nama produk, komposisi, berat bersih, dan kontak produsen.

c. Pemasaran Digital Sederhana

Dengan memanfaatkan telepon pintar yang dimiliki sebagian peserta, pelatihan mencakup:

- Teknik foto produk yang menarik.
- Pembuatan katalog produk sederhana.
- Pemanfaatan WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk promosi dan layanan pemesanan.

d. Simulasi Penjualan

Peserta melakukan simulasi interaksi dengan pelanggan, cara menawarkan produk, teknik komunikasi persuasif, dan cara menanggapi komplain secara konstruktif untuk menjaga loyalitas pelanggan.

HASIL

Dampak Program Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Pelaksanaan program menunjukkan sejumlah dampak positif terhadap pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Mangunsari, antara lain:

1. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan**

Nilai pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai teknik pengolahan ubi ungu, pencatatan keuangan, dan pemasaran. Peserta mampu menyebutkan langkah produksi, menghitung HPP secara sederhana, dan merancang strategi pemasaran dasar.

2. **Terbentuknya Kelompok Usaha Berbasis Komunitas**

Pasca-pelatihan, terbentuk beberapa kelompok kecil yang bersepakat memproduksi dan memasarkan produk ubi ungu secara rutin. Kelompok tersebut menjadi wahana belajar bersama, berbagi tugas, dan saling menguatkan ketika menghadapi kendala, sejalan dengan prinsip pemberdayaan berbasis komunitas (Anwas, 2013; Suharto, 2014).



Gambar 1 : penyuluhan pada kelurahan Mangunsari kecamatan gunungpati, kota Semarang

3. Peningkatan Pendapatan Keluarga

Meskipun masih pada tahap awal, beberapa peserta mulai memperoleh tambahan pendapatan dari penjualan produk saat arisan, pengajian, kegiatan kelurahan, dan pesanan khusus. Hal ini menjadi stimulus bagi pengembangan usaha rumah tangga yang lebih mandiri di masa mendatang.

4. Penguatan Peran Perempuan dan Pemuda

Program ini mendorong peran aktif perempuan sebagai motor penggerak usaha keluarga. Pemuda berperan sebagai pengelola media sosial dan desain kemasan, sehingga terbentuk sinergi antargenerasi (Haryani, 2018).

5. Penguatan Identitas Produk Lokal

Pemberian merek dan label produk berbasis ubi ungu Mangunsari meningkatkan kebanggaan masyarakat terhadap produk lokal. Beberapa produk mulai dikenali di lingkungan sekitar sebagai oleh-oleh khas Mangunsari.

6. Tumbuhnya Jiwa Kewirausahaan

Keterlibatan dalam seluruh rangkaian program meningkatkan rasa percaya diri dan keberanian peserta untuk menawarkan produk ke pasar yang lebih luas. Jiwa kewirausahaan ini menjadi modal sosial penting untuk keberlanjutan program.

Tantangan Dan Solusi Implementasi

Dalam proses implementasi, ditemukan beberapa tantangan beserta upaya solusi sebagai berikut:

1. Keterbatasan Modal Usaha

Sebagian besar peserta memiliki keterbatasan modal untuk pengadaan bahan baku dan kemasan dalam jumlah besar.

Solusi: Mendorong pembentukan tabungan kelompok, iuran modal bersama, dan menjajaki dukungan dari koperasi, kelurahan, maupun program CSR mitra swasta.

2. Kontinuitas Pasokan Ubi Ungu

Pasokan ubi ungu masih dipengaruhi musim dan belum ada pola tanam terencana.

Solusi: Koordinasi dengan petani lokal untuk menyusun pola tanam bergilir, serta eksplorasi penyimpanan bahan baku dalam bentuk setengah jadi (misalnya puree ubi ungu beku).

3. Konsistensi Kualitas Produk

Perbedaan teknik produksi antar anggota mengakibatkan variasi rasa dan tampilan produk.

Solusi: Penyusunan standar operasional prosedur (SOP) produksi yang disepakati dan pelaksanaan uji coba berkala untuk memastikan kualitas yang seragam.

4. Penguasaan Teknologi Informasi yang Terbatas

Tidak semua peserta menguasai penggunaan gawai dan media sosial untuk pemasaran. Solusi: Pelatihan lanjutan pemasaran digital, penunjukan “duta digital” dari kalangan pemuda, dan pembuatan template konten promosi yang mudah digunakan.

5. Keterbatasan Waktu Peserta

Peserta memiliki berbagai tanggung jawab domestik dan sosial sehingga tidak selalu dapat mengikuti kegiatan secara penuh.

Solusi: Penyusunan jadwal kegiatan dan produksi yang fleksibel, pembagian tugas sesuai ketersediaan waktu, serta dorongan dukungan keluarga terhadap aktivitas usaha.

6. Legalitas dan Perizinan Produk

Untuk masuk ke pasar yang lebih luas, produk olahan perlu memiliki perizinan P-IRT dan legalitas lain yang diperlukan.

Solusi: Koordinasi dengan dinas kesehatan dan instansi terkait untuk proses perizinan, serta perencanaan pendampingan khusus pada tahap lanjutan program.

SIMPULAN

Program pemanfaatan inovasi produk lokal ubi ungu di Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, menunjukkan bahwa komoditas lokal dapat dioptimalkan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat yang partisipatif. Pelatihan teknis pengolahan ubi ungu, manajemen usaha, dan pemasaran, disertai pendampingan, terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal.

Inovasi produk olahan ubi ungu (brownies, cookies, stik, keripik, dan minuman fungsional) memberikan nilai tambah ekonomi dan mulai berkontribusi terhadap pendapatan keluarga. Terbentuknya kelompok usaha, penguatan identitas produk lokal, dan pemanfaatan pemasaran digital sederhana menjadi kunci bagi keberlanjutan program.

Namun, masih terdapat berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, pasokan bahan baku, konsistensi kualitas, penguasaan teknologi, dan legalitas produk. Oleh karena itu, dukungan berkelanjutan dari pemerintah, perguruan tinggi, dan mitra swasta sangat diperlukan. Secara keseluruhan, program ini dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis inovasi produk lokal yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwas, O. M. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Handayani, S., & Prabowo, H. (2019). Pengembangan produk pangan lokal berbasis ubi ungu sebagai upaya peningkatan nilai tambah hasil pertanian. *Jurnal Agroindustri dan Pangan*, 4(2), 101–110.
- Haryani, D. (2018). Strategi pemberdayaan perempuan melalui pengembangan usaha mikro berbasis rumah tangga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 45–56.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Pedoman Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2015). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2014). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Sulistyowati, E., & Nugroho, A. (2021). Pemasaran digital bagi UMKM pangan lokal di era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(1), 59–68.
- Widowati, S. (2011). Potensi ubi ungu sebagai pangan fungsional sumber antioksidan. *Buletin Teknologi Pascapanen*, 7(1), 13–20.