

Umpan Balik Sosialisasi Varietas Unggul Aneka Kacang dan Umbi terhadap Usaha Pengolahan Pangan

Dian Adi Anggraeni Elisabeth^{*)}, Rahmi Yulifianti, dan Erliana Ginting

Balai Penelitian Tanaman Aneka Kacang dan Umbi

Jalan Raya Kendalpayak Km. 8 Malang

^{*)}E-mail: dian.elisabeth21@gmail.com

ABSTRAK

Efektivitas sosialisasi varietas unggul aneka kacang dan umbi (akabi) dapat dievaluasi dengan studi umpan balik untuk mendapatkan informasi mengenai tindak lanjut/perkembangan pengolahan akabi, keberhasilan dan kegagalan, serta kendala dan solusi untuk perbaikan. Studi umpan balik dilaksanakan pada bulan Maret–September 2014 melibatkan 19 pengerajin makanan (UMKM) di Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Kalimantan Selatan yang pernah mendapatkan pelatihan pengolahan akabi. Data diperoleh melalui wawancara menggunakan kuesioner terbuka dan diolah secara deskriptif kuantitatif sederhana. Hasil penelitian menunjukkan 69,23% responden pernah mengikuti pelatihan produk olahan akabi; sisanya mendapatkan informasi tentang olahan akabi dari tetangga, kerabat, atau institusi terkait. Menurut 77,27% responden, pelatihan pengolahan pangan berdampak terhadap pengembangan produk secara komersial dan meningkatkan pengetahuan sehingga dapat menjadi narasumber pelatihan dan berprestasi di bidang pangan olahan. Produk pangan yang dipasarkan responden diolah dari bahan baku akabi dan non-akabi dengan omzet maksimal Rp25.000.000,00 per bulan untuk produk olahan akabi dan Rp30.000.000,00 per bulan untuk produk olahan non-akabi. Cara promosi dan pemasaran produk antara lain berpartisipasi dalam pameran (16,67%), menerima pesanan (16,67%) pemasaran dari mulut ke mulut (15,38%), memasarkan sendiri dengan berkeliling (14,10%), serta menitipkan produk ke toko (12,82%). Kendala dalam pengembangan usaha, terutama terkait dengan permodalan (20,00%), ketersediaan alat dan mesin produksi (16,67%), serta ketersediaan bahan baku (13,33%). Rencana ke depan dalam pengembangan usaha adalah menambah kapasitas produksi (34,38%), memperluas pasar (28,13%), dan menambah jenis produk (21,88%).

Kata kunci: umpan balik, sosialisasi, pengerajin makanan (UMKM)

ABSTRACT

Feedback of Legumes and Tubers Socialization for Food Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Socialization effectiveness of legumes and tubers can be evaluated by feedback study for obtaining information on legumes and tubers processing development, success and unsuccess story, as well as obstacles and solutions for improvement. Feedback study was conducted from March to October 2014 involved 19 respondents of food MSMEs in East Java, Central Java, and South Kalimantan. Data was collected from survey using open-questionnaire then was analyzed simply decriptive quantitative approaches. The results were 69,23% of respondents have been participated and trained in the socialization of legumes and tubers utilization, while the rest obtained the information from relatives or related institutions sharing. The total of 77,27% respondents got benefit impact on product commercialization by joining socialization as well as impact on knowledge of respondents in term of can be a food processing trainer and have a good record in food processing. Respondents sold various food products based on both legumes/tubers and non-legumes/tubers with the highest omzet for legumes/tubers-based product was IDR 25 million per month, while

for non-legumes/tubers-based product was IDR 30 million per month. Promotion and marketing ways taken by respondents were participated into exhibition (16.67%), accepting consumers' order (16.67%), "mouth to mouth" or (personal to personal) marketing (15.38%), "door to door" marketing (14.10%), and marketing through third parties (12.82%). Obstacles in MSMEs development were related to capital (20.00%), availability of production equipments and machines (16.67%), as well as raw materials (13.33%). For developing their business, MSMEs have some plannings on adding production capacity (34.38%), expanding market (28.13%), and adding kind of products (21.88%).

Keywords: feedback, socialization, food MSMEs

PENDAHULUAN

Balai Penelitian Tanaman Aneka Kacang dan Umbi (Balitkabi) mempunyai tugas dan fungsi untuk menghasilkan teknologi komoditas akabi, baik berupa varietas unggul, komponen teknologi budidaya, maupun pemanfaatan akabi menjadi beragam produk pangan dengan penampilan dan rasa yang cukup disukai dan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing varietas unggul. Upaya ini sejalan dengan usaha pemerintah terkait swasembada pangan berkelanjutan dan diversifikasi pangan berbasis bahan baku lokal. Agar hasil penelitian Balitkabi dapat segera dimanfaatkan oleh pengguna, diseminasi yang meliputi: (1) peragaan teknologi dan informasi (berupa gelar teknologi, visitor plot, ekspose, pameran, sosialisasi, *showroom*, dan komunikasi sebagai narasumber); dan (2) sosialisasi varietas unggul menjadi produk pangan (berupa pelatihan, demo produk dan teknologi pengolahan) menjadi salah satu upaya strategis yang dapat dilakukan (Ginting *et al.* 2012).

Upaya pengolahan pangan berbasis akabi dan pangan lokal lainnya dilakukan dalam rangka mengurangi ketergantungan terhadap konsumsi beras dan terigu yang sampai saat ini masih dominan impor. Upaya pengolahan pangan berbasis akabi dengan teknologi yang relatif sederhana diharapkan dapat memperbaiki citra produk, memberikan nilai tambah, dan membuka peluang usaha terutama di pedesaan (Ginting *et al.* 2012). Susanto dan Saneto (1994) menyatakan bahwa pengolahan pangan bermanfaat dalam hal: (1) memperpanjang waktu tersedianya bahan pertanian, mempermudah penyimpanan dan distribusi; (2) meningkatkan nilai tambah ekonomis berupa keuntungan finansial dan nilai tambah sosial berupa terciptanya lapangan kerja yang lebih banyak; (3) menghasilkan produk pangan yang lebih menarik dari segi rasa, gizi, penampilan, dan sifat fisik lain; (4) menyediakan limbah hasil pertanian yang masih dapat dimanfaatkan untuk memproduksi bahan lain; serta (5) mendorong tumbuhnya industri-industri lain yang menunjang industri pertanian, menumbuhkan sentra-sentra pemasaran, dan lain-lain.

Sosialisasi varietas unggul akabi menjadi beragam produk pangan telah dilaksanakan oleh Balitkabi, baik kepada petani/kelompok tani, pengrajin makanan, konsumen, maupun perwakilan dinas/instansi terkait melalui kegiatan temu lapang, pameran, demo produk, dan teknologi pengolahan, serta komunikasi sebagai narasumber. Sosialisasi varietas unggul telah dilaksanakan sejak tahun 2007 melalui program Primatani dan diseminasi (Ginting *et al.* 2011; Ginting *et al.* 2012).

Bekerja sama dengan Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP), Balitkabi telah melaksanakan sosialisasi pemanfaatan varietas unggul akabi menjadi beragam produk pangan di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera Barat, Jambi, Aceh, Sulawesi Tenggara, dan Kalimantan Selatan. Sosialisasi kepada perwakilan dinas/instansi terkait

meliputi Badan/Kantor Ketahanan Pangan (BKP/KKP), Dinas Pertanian (Distan), Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag), Tim Penggerak PKK Kabupaten/Kota, termasuk juga kepada pihak swasta dan LSM yang ada di kabupaten/kota di Jawa Timur, Kalimantan Tengah, Sulawesi Tenggara, Aceh Utara, Kalimantan Timur, dan NTB. Selama kurun waktu 2007–2013, ragam produk olahan pangan dari akabi yang disosialisasikan terus bertambah. Produk pangan ini diolah dari bahan segar, pasta, tepung, dan pati. Dengan beragamnya produk olahan pangan berbasis akabi, peserta mempunyai banyak pilihan dalam pengembangan produk yang dapat disesuaikan dengan potensi di masing-masing daerah, seperti ketersediaan bahan baku dan peralatan pengolahan, harga, serta preferensi dan daya beli masyarakat.

Untuk mengetahui efektivitas dan perkembangan sosialisasi, perlu dilakukan studi umpan balik kepada perwakilan peserta dan daerah. Studi umpan balik ini penting dilakukan untuk mendapatkan informasi tindak lanjut/perkembangan pengolahan akabi, keberhasilan dan kegagalan, kendala yang dihadapi, dan solusi untuk perbaikan ke depan. Menurut Nuryanti dan Swastika (2011), umpan balik dari anggota kelompok tani yang mengadopsi suatu teknologi dapat menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya.

BAHAN DAN METODE

Studi umpan balik dilaksanakan pada bulan Maret sampai September 2014, melibatkan 19 responden khususnya yang berbasis profesi sebagai pengerajin makanan (UMKM) dan pernah mendapatkan pelatihan pengolahan akabi. Responden berasal dari Jawa Timur (Trenggalek, Lumajang, Probolinggo, dan Pacitan), Jawa Tengah (Sragen dan Semarang), serta Kalimantan Selatan (Kota Banjarbaru dan Tanah Laut). Data primer didapatkan melalui wawancara menggunakan kuesioner semi-terbuka. Data dilengkapi dengan studi literatur terkait.

Data yang dikumpulkan meliputi: (1) karakteristik responden dan UMKM pengolahan akabi; (2) pelatihan pengolahan akabi; (3) promosi dan pemasaran produk olahan akabi; (4) kendala usaha produksi; dan (5) rencana tindak lanjut. Data diolah secara deskriptif kuantitatif sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Umum Responden dan UMKM Pengolahan Akabi

Pekerjaan responden beragam dan dibagi menjadi pekerjaan utama dan pekerjaan sampingan. Sebanyak 31,82% responden menjadikan usaha pengolahan makanan sebagai pekerjaan utama, sedangkan 63,64% responden menjadikannya sebagai pekerjaan sampingan (Tabel 1). Distribusi responden adalah 59,09% dari Jawa Timur; 27,27% dari Kalimantan Selatan; dan 13,64% dari Jawa Tengah.

Sebanyak 73,68% responden menyatakan telah memiliki nama usaha sendiri, namun baru 47,37% yang telah terdaftar sebagai PIRT dan 36,84% yang memiliki perijinan lain dalam usaha pengolahan pangan, seperti SIUP dan sertifikasi halal. Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) adalah sertifikat ijin edar produk yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan (Dinkes). Mayoritas usaha pengolahan pangan telah berlangsung antara 5–10 tahun (68,42%) dan produk yang dihasilkan kebanyakan beragam jenisnya baik yang berasal dari olahan akabi dan non-akabi (52,63%) maupun yang berasal dari olahan akabi

saja (31,58%). Hanya sekitar 15% responden yang menghasilkan satu jenis produk yaitu 10,53% olahan akabi dan 5,26% olahan non-akabi (Tabel 2).

Tabel 1. Karakteristik umum responden.

No.	Deskripsi	Persentase (%)
1	Umur: (Rata-rata = 41,6 tahun) 15–64 tahun	100,0
2	Jenis kelamin: Perempuan	100,0
3	Pekerjaan utama	
	Petani	18,18
	Pengerajin makanan (UMKM)	36,36
	Ibu Rumah Tangga (IRT)	22,73
	Guru	9,09
	Karyawan	4,55
	Pedagang kecil	9,09
4	Pekerjaan sampingan	
	Tidak punya	31,82
	Penyuluh Pertanian Swadaya (PPS)	4,55
	Pengerajin makanan (UMKM)	63,64
5	Lokasi responden	
	Kalimantan Selatan	27,27
	Jawa Timur	59,09
	Trenggalek	9,09
	Lumajang	13,64
	Probolinggo	27,27
	Pacitan	9,09
	Jawa Tengah	13,64

Mayoritas status kepemilikan UMKM adalah milik kelompok (57,89%), yakni kelompok wanita tani atau kelompok tani. Instansi yang membina UMKM beragam seperti BPTP, KKP, Disperindag, Distan, Dinas Koperasi dan UMKM, serta LSM. Mayoritas instansi pembina UMKM adalah KKP (42,11%) (Tabel 2). Pembinaan dari instansi dapat berupa undangan untuk mengikuti aneka pelatihan, bantuan/pinjaman baik berupa peratan/mesin maupun uang tunai, juga pembinaan dan pendampingan dalam kegiatan usaha pengolahan yang sifatnya lebih intensif.

Modal awal pendirian UMKM umumnya relatif kecil karena 63,16% responden memulai dengan modal kurang dari Rp1.000.000. Modal usaha diperoleh dari pribadi/perseorangan atau kelompok (42,11%). Tidak ada responden yang modalnya murni berasal dari pinjaman, namun biasanya merupakan gabungan dengan dana pribadi (21,05%) atau gabungan dengan dana pribadi dan bantuan (10,53%) (Tabel 2). Modal yang berasal dari pinjaman beragam yakni dari instansi pemerintah (KKP dan Disperindag), swasta/BUMN (Telkom), dana yang dikelola kelompok tani, serta pinjaman dari lembaga keuangan (bank). Selain memberikan pinjaman, instansi pemerintah juga memberikan bantuan, baik dalam bentuk uang tunai maupun peralatan/mesin untuk usaha. Instansi pemerintah

yang memberikan bantuan adalah KKP, Disperindag, Distan, Dinas Koperasi dan UMKM, serta ada pula bantuan dari lembaga non-profit atau LSM.

Tabel 2. Karakteristik umum UMKM pengolahan pangan responden.

No	Deskripsi	Persentase (%)
1	Lama usaha UMKM pengolahan pangan:	
	<5 tahun	15,79
	5 –10 tahun	68,42
	>10 tahun	15,79
2	Jenis produk olahan pangan yang diproduksi:	
	Satu produk olahan akabi	10,53
	Satu produk olahan non-akabi	5,26
	Beragam produk olahan akabi	31,58
	Beragam produk olahan akabi dan non akabi	52,63
3	Status kepemilikan UMKM:	
	Perorangan (pribadi)	42,11
	Kelompok	57,89
4	Instansi pembina UMKM:	
	BPTP	26,32
	KKP	42,11
	Disperindag	10,53
	Distan	10,53
	Dinas Koperasi dan UMKM	5,26
	LSM	5,26
5	Modal awal pendirian UMKM: (Rp)	
	<1.000.000	63,16
	1.000.000 – 10.000.000	26,32
	>10.000.000	5,26
	Tidak ada data	5,26
6	Sumber permodalan UMKM:	
	Pribadi/kelompok	42,11
	Pinjaman	0,00
	Bantuan	15,79
	Gabungan poin a dan b	21,05
	Gabungan poin a dan c	0,00
	Gabungan poin b dan c	0,00
	Gabungan poin a, b, dan c	10,53
	Tidak ada data	10,53
	Skala pemasaran produk:	
	Desa/Kelurahan	36,84
	Kecamatan	0,00
	Kota/Kabupaten	26,32
	Provinsi	15,79
	Nasional	21,05
	Ekspor	0,00
8	Omzet dari pangan olahan akabi: (Rp/bulan)	
	<10.000.000	31,58
	>= 10.000.000	26,32
	Tidak tentu (tergantung pesanan)	36,84
	Tidak menjawab (karena produknya hanya non-akabi)	5,26
9	Omzet dari pangan olahan non-akabi: (Rp/bulan)	
	<10.000.000	21,05
	>= 10.000.000	26,32
	Tidak tentu (tergantung pesanan)	42,11
	Tidak menjawab (karena produknya hanya akabi)	10,53

Skala pemasaran produk beragam, 36,84% di antaranya masih dalam lingkup desa/kelurahan. Meskipun belum ada produk yang diekspor, namun 21,05% responden memiliki pemasaran sampai tingkat nasional (Tabel 2). Pengertian skala nasional pada studi ini adalah jika produk telah dapat dipasarkan sampai ke kota lain di luar propinsi dimana kota asal UMKM berada.

Omzet UMKM per bulan dibagi dua, yaitu omzet dari pangan olahan akabi dan non-akabi. Penghitungan omzet nampaknya masih menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh responden. Skala pemasaran produk masih relatif sempit, yakni di sekitar desa/kelurahan, 36,84% dan 42,11% responden menjawab jumlah omzet yang diterima per bulan dengan istilah “tidak tentu, tergantung pesanan” (Tabel 2). Namun, sebanyak 26,32% responden mampu mendapatkan omzet per bulan lebih dari Rp10.000.000 untuk masing-masing jenis olahan produk. Dengan nilai omzet per bulan tertinggi Rp25.000.000 untuk produk olahan akabi dan Rp30.000.000 untuk produk olahan non-akabi, skala usaha yang menjadi responden dalam studi ini termasuk dalam usaha mikro dan kecil berdasarkan UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM dimana omzet usaha mikro kurang dari Rp300 juta per tahun, sementara omzet usaha kecil adalah Rp300 juta sampai Rp2,5 milyar. Kurangnya pemahaman responden terhadap penghitungan omzet, dapat dijadikan masukan agar pada saat pelatihan pengolahan akabi selanjutnya tidak hanya memberikan teori dan praktik pengolahan, namun juga memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada peserta pelatihan mengenai penghitungan ekonomi produk (analisis biaya produksi, harga jual minimum, dan lain-lain) jika produk akan dikembangkan dalam skala komersial.

Pelatihan Pengolahan Akabi

Seluruh responden menyatakan pernah mengikuti pelatihan produk olahan akabi, baik berupa olahan aneka umbi saja, aneka kacang saja, atau keduanya. Di samping pelatihan pengolahan akabi, responden mengaku juga pernah mengikuti pelatihan non-akabi seperti pengolahan pangan berbasis komoditas lain (buah, ikan, dll), pengemasan makanan, cara pengolahan yang higienis, sanitasi, perijinan/PIRT, manajemen keuangan, dan kewirausahaan. Kurun waktu keikutsertaan responden pada pelatihan pengolahan akabi mayoritas juga termasuk baru, yaitu sekitar 5 tahun (2010–2014) dengan mayoritas frekuensi keikutsertaan satu kali (Tabel 3).

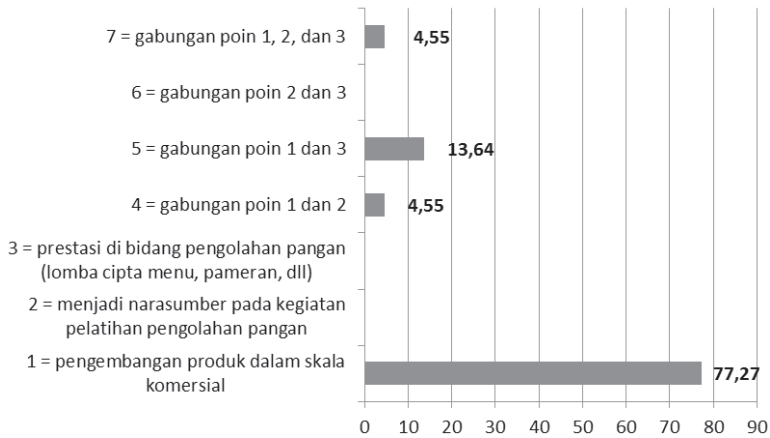
Tabel 3. Pelatihan pengolahan akabi.

No	Deskripsi	Persentase (%)
1	Jenis pelatihan olahan akabi yang pernah diikuti:	
	1 = olahan aneka umbi	78,95
	2 = olahan aneka kacang	5,26
	3 = olahan akabi	15,79
2	Frekuensi mengikuti pelatihan olahan akabi:	
	1 (satu) kali	84,21
	2 (dua) kali	10,53
	3 (tiga) kali	5,26
3	Waktu mengikuti pelatihan olahan akabi (tahun):	
	2010 s.d. 2014	88,24
	2007 s.d. 2009	11,76
4	Lokasi pelatihan olahan akabi:	
	Desa	27,78
	Kecamatan	0,00
	Kabupaten/Kota	33,33
	Provinsi	27,78
	Luar provinsi	11,11
5	Narasumber pelatihan olahan akabi:	
	Balitkabi	22,22
	BPTP	11,11
	Balitkabi+BPTP	11,11
	Institusi lain (BKP/KKP, dinas, lembaga pelatihan, sesama kelompok tani/UMKM)	55,56

Narasumber pelatihan pengolahan pangan berbasis akabi yang disebutkan oleh responden ternyata cukup beragam. Sebanyak 22,22% responden menyebutkan Balitkabi sebagai narasumber dan hanya 11,11% yang menyebutkan bahwa narasumber berasal dari Balitkabi bekerjasama dengan BPTP (Tabel 3). Sebanyak 55,56% responden menyebutkan institusi lain di luar Balitkabi dan BPTP sebagai narasumber, di antaranya BKP/KKP, dinas, lembaga pelatihan, dan sesama kelompok tani/UMKM. Namun, bisa jadi institusi narasumber tersebut sebelumnya pernah mengikuti pelatihan olahan akabi dengan Balitkabi sebagai narasumbernya (*training of trainer* atau TOT) sehingga produk olahan pangan berbasis akabi yang mereka sosialisasikan kepada peserta berasal dari resep yang ada di booklet 'Produk Olahan Aneka Umbi' terbitan Balitkabi (Ginting *et al.* 2013). Hal ini karena pada saat wawancara, beberapa responden menyajikan dan mendisplay produk olahan akabi yang telah mereka pasarkan sama seperti informasi (resep) pada booklet diantaranya stik ubijalar ungu (SP-stick), onde-onde ubijalar ungu, mi ubi jalar ungu, es krim ubijalar ungu, wingko ubikayu, dan lain-lain.

Alih informasi dari peserta pelatihan kepada pihak lain merupakan hal yang lumrah terjadi. Berdasarkan penelitian Elisabeth *et al.* (2015) pada peserta pelatihan pengolahan pangan berbasis aneka umbi di Jawa Timur, sebanyak 42,11% responden ingin membagikan informasi hasil pelatihannya kepada orang lain. Demikian juga dengan peserta pelatihan pengolahan pangan berbasis akabi di TTP Mollo, Kabupaten Timor Tengah Selatan, NTT dimana 24,0–34,8% responden berharap dapat menyampaikan hasil penelitian

kepada orang lain (Elisabeth *et al.* 2016). Studi lain dari David (2007) mengenai difusi pengetahuan dan praktik pada peserta sekolah lapang yang merupakan petani kakao di Kamerun juga menunjukkan bahwa secara informal, peserta training akan meneruskan informasi yang diterimanya kepada kerabat, teman, tetangga, atau anggota kelompok taninya, terutama yang berasal dari wilayah desa yang sama (84%) dan sisanya pada mereka yang tinggal di luar wilayah (16%).



Gambar 1. Dampak pelatihan pengolahan pangan, termasuk akabi.

Salah satu dampak pelatihan pengolahan pangan, termasuk yang berbasis akabi adalah menciptakan peluang untuk pengembangan produk secara komersial dan hal ini dirasakan oleh sebanyak 77,27% responden (Gambar 1). Dalam jumlah yang lebih kecil, selain memberikan dampak pada pengembangan produk secara komersial, responden juga merasakan dampak positif dari pelatihan pengolahan pangan, yaitu dapat menyebarkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dengan diundang menjadi narasumber pada berbagai kegiatan pelatihan pengolahan pangan, menjadi duta ketahanan pangan, dapat menunjukkan prestasi di bidang pengolahan pangan seperti menjadi juara lomba cipta menu pangan berbasis non-beras serta berpartisipasi pada berbagai kegiatan pameran untuk mempromosikan produk olahannya. Hal ini sesuai dengan studi Kuntariningsih dan Mariyono (2013) yang menyatakan bahwa pelatihan dapat memberikan dampak di antaranya: (1) mampu meningkatkan pengetahuan peserta; (2) memberikan pemahaman yang lebih mendalam sehingga dapat memicu perubahan sikap yang lebih baik; dan (3) berdampak secara ekonomi.

Promosi dan Pemasaran Produk Olahan Akabi

Dalam mempromosikan dan memasarkan produk olahan pangan yang diproduksi, responden biasanya menempuh beberapa cara, di antaranya ikut serta atau diikutsertakan oleh instansi pembina dalam pameran (16,67%) dan menerima pesanan (16,67%). Sebagian besar cara promosi atau pemasaran produk yang ditempuh masih bersifat konvensional, di antaranya promosi dan pemasaran dari mulut ke mulut (15,38%), memasarkan sendiri dengan berkeliling (14,10%), serta menitipkan produk ke toko oleh-oleh, kantin, koperasi, dan lain-lain (12,82%). Baru 5,13% responden yang memanfaatkan sosial media

dan *website* yang memiliki jangkauan lebih luas sebagai sarana promosi dan pemasaran (Tabel 4).

Tabel 4. Cara promosi dan pemasaran produk olahan akabi.

No	Deskripsi	Persentase (%)
1	Memasarkan sendiri dengan berkeliling (<i>door to door</i>)	14,10
2	Dari mulut ke mulut	15,38
3	Ikut serta dalam pameran, expo, dll	16,67
4	Menyebarkan leaflet, spanduk/banner, kartu nama, dll	7,69
5	Membuka gerai/toko sendiri	7,69
6	Menitipkan produk ke toko oleh-oleh, koperasi, tempat wisata, dll	12,82
7	Memasang produk di <i>website</i> , sosial media, dll	5,13
8	Menerima pesanan	16,67
9	Pembeli datang sendiri ke rumah	3,85

Kendala Usaha Produksi dan Rencana Tindak Lanjut ke Depan

Kendala yang diungkapkan oleh responden dalam pengembangan usahanya, terutama terkait permodalan (20,00%), ketersediaan alat dan mesin produksi (16,67%), dan ketersediaan bahan baku (13,33%) (Tabel 5). Kendala-kendala tersebut dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah atau institusi terkait, terutama yang memberikan pembinaan kepada UMKM dalam merancang program-program pembinaan, bantuan permodalan, dan lain-lain di institusinya. Permodalan seringkali menjadi kendala utama UMKM dalam pengembangan usaha. Namun, beberapa lembaga keuangan seperti bank dan koperasi telah menunjukkan keberpihakannya terhadap UMKM dengan memberikan kredit khusus. Permodalan juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan UMKM, berupa uang tunai atau penyediaan alat dan mesin produksi agar dapat mengatasi kendala yang dihadapi oleh responden dalam penyediaan alat dan mesin produksi.

Tabel 5. Kendala usaha produksi olahan akabi.

No	Deskripsi	Persentase (%)
1	Permodalan	20,00
2	Ketersediaan bahan baku/utama	13,33
3	Ketersediaan bahan tambahan/pembantu	1,67
4	Ketersediaan alat/mesin produksi	16,67
5	Cara/teknologi pengolahan produk	3,33
6	Kemasan produk	8,33
7	Umur simpan produk	8,33
8	Pemasaran produk	8,33
9	Promosi produk	8,33
10	Tenaga kerja	6,67
11	Transportasi	1,67
12	Kerugian karena pihak ketiga	1,67
13	Masalah teknis (seperti pemadaman listrik, dll)	1,67

Kendala berupa keterbatasan bahan baku telah diatasi oleh UMKM dengan membeli bahan baku dari pasar dan mendatangkan dari luar daerah, meskipun menurut pengakuan responden hal ini berakibat pada tingginya biaya produksi karena harga bahan baku yang relatif mahal. Oleh karena tidak mempunyai alternatif lain, kedua cara tersebut masih dilakukan untuk memenuhi kebutuhan akan bahan baku. Di sisi lain, responden berharap dapat memenuhi sendiri kebutuhan bahan baku atau bisa mendapatkannya dari daerah di sekitarnya dengan harga yang lebih murah. Diharapkan institusi pembina UMKM dapat membantu mengatasi permasalahan yang terkait dengan ketersediaan bahan baku melalui program budidaya akabi, sehingga produksinya dapat dimanfaatkan oleh UMKM. Terkait hal ketersediaan bahan baku, Balitkabi yang telah menghasilkan beragam varietas unggul akabi dapat dilibatkan oleh institusi terkait dan pihak UMKM untuk mendapatkan benih/bibit akabi yang akan dikembangkan di lokasi masing-masing.

Meskipun ditemukan kendala dalam menjalankan usahanya, UMKM tetap optimis. Rencana utama adalah menambah kapasitas produksi (34,38%), memperluas pasar (28,13%), dan menambah jenis produk (21,88%) (Tabel 6). Rencana perluasan pasar yang dikemukakan responden mungkin terkait dengan skala pemasaran produk UMKM yang masih relatif sempit di sekitar desa/kelurahan (Tabel 2). Rencana untuk menambah jenis produk yang dipasarkan nampaknya juga disebabkan oleh latar belakang lebih dari 50% UMKM yang produksinya beragam dengan bahan baku akabi dan non-akabi (Tabel 2).

Tabel 6. Rencana tindak lanjut usaha produksi UMKM pangan.

No	Deskripsi	Persentase (%)
1	Menambah kapasitas produksi	34,38
2	Menambah jenis produk	21,88
3	Memperluas pasar	28,13
4	Menjalin kemitraan dengan pihak swasta	6,25
5	Menambah/memperluas tempat usaha	3,13
6	Memperbaiki/modifikasi produk olahan	6,25

KESIMPULAN

Sosialisasi pengolahan akabi dalam bentuk pelatihan bermanfaat bagi responden. Sebanyak 77,27% responden menyatakan pelatihan pengolahan pangan memberikan dampak pada pengembangan produk secara komersial, dan meningkatkan pengetahuan sehingga dapat menjadi narasumber pelatihan, duta ketahanan pangan, dan berprestasi di bidang pengolahan pangan. Pendampingan dan pembinaan dari instansi terkait secara intensif dapat berdampak positif pada keberlanjutan usaha tersebut.

Dalam rangka pengembangan usahanya, responden menghadapi beberapa kendala terutama permodalan (20,00%), ketersediaan alat dan mesin produksi (16,67%), serta ketersediaan bahan baku (13,33%). Namun, UMKM tetap optimis dan mempunyai rencana ke depan dalam pengembangan usaha yaitu menambah kapasitas produksi (34,38%), memperluas pasar (28,13%), dan menambah jenis produk (21,88%).

DAFTAR PUSTAKA

- David, S. 2007. Learning to think for ourselves: Knowledge improvement and social benefits among farmer field school participants in Cameroon. *Journal of International Agricultural and Extension Education* 14(2): 35–49. DOI:10.5191/jiaee.2007.14203.
- Elisabeth, D.A.A., A. Bire, dan E. Ginting. 2016. Respon Wanita Tani terhadap Pelatihan Pengolahan Pangan Berbasis Aneka Kacang dan Umbi: Studi Kasus Kawasan Taman Teknologi Pertanian (TTP) Mollo, Desa Netpala, Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS), Provinsi NTT. Prosiding Semnas Pertanian Lahan Kering “Inovasi Pertanian Lahan Kering untuk Mewujudkan Swasembada Pangan dan Daya Saing Produk Pertanian” kerjasama BBP2TP dan Universitas Nusa Cendana, di Kupang, 5 November 2015. Hal. 689–698.
- Elisabeth, D.A.A., E. Ginting, dan R. Yulifianti. 2015. Response of Trainees on Introduction of Tuber-Based Food Products in Relation to Food Security and Diversification: a Case Study of Training for Trainees Facilitated by Food Security Agency of East Java Province, Indonesia. Prosiding konferensi internasional 3rd Annual Sustainable Development Conference 2015, di Bangkok, Thailand, 5–7 Juli 2015. Hal. 286–299.
- Ginting, E., J.S. Utomo, dan R. Yulifianti. 2013. Produk Olahan Aneka Umbi (Ubikayu, Ubijalar, Garut, Ganyong, Suweg, Kimpul, Talas). Booklet. Balitbang Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Ginting, E., J.S. Utomo, R. Yulifianti, Suprpto, dan L. Kusumawati. 2011. Sosialisasi Varietas Unggul Baru (VUB) Kacang-kacangan dan Umbi-umbian serta Produk Olahannya Mendukung Diversifikasi Pangan Lokal. Laporan Teknis Kegiatan Diseminasi Balitkabi Tahun 2011 (Tidak dipublikasi). 18 hlm.
- Ginting, E., R. Yulifianti, Suprpto, dan L. Kusumawati. 2012. Pengembangan Teknologi dan Informasi Mendukung Diversifikasi Pangan Berbasis Aneka Kacang dan Umbi. Laporan Teknis Kegiatan Diseminasi Balitkabi Tahun 2012 (Tidak dipublikasi). 28 hlm.
- Kuntariningsih, A. dan J. Mariyono. 2013. Dampak Pelatihan Petani terhadap Kinerja Usahatani Kedelai di Jawa Timur. *Sosiohumaniora* 15(2):139–150.
- Nuryanti, S. dan D. K. S. Swastika. 2011. Peran Kelompok Tani dalam Penerapan Teknologi Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 29(2):115–128.
- Susanto, T. dan Saneto, B. 1994. *Teknologi Pengolahan Hasil Pertanian*. Bina Ilmu, Surabaya.