



Peluang dan Tantangan Pengembangan UMKM Pati Angkrik di Desa Triharjo, Kabupaten Kendal

Opportunities and Challenges for Pati Angkrik MSME Development in Triharjo Village, Kendal District

Sa'id 'Ali Asyhari*¹, Novi Lieana Anggraeni², Hilda Fairuz Zain³, Nahnu Robid Jiwandono⁴

¹⁻⁴ Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia

Alamat: Jl. Walisongo No.3-5, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185

Korespondensi penulis : 2104036046@student.walisongo.ac.id*

Article History:

Received: Juli 29, 2024;

Revised: Agustus 23, 2024;

Accepted: September 11, 2024;

Online Available : September 13, 2024

Keywords: MSME development, opportunities, challenges, pati angkrik

Abstract: Opportunities and challenges faced in developing MSMEs definitely exist in the MSME development process. Pati Angkrik as a local tuber food offers significant potential opportunities in improving community welfare. Pati Angkrik, which belongs to the group of tubers, can be processed into various processed food and beverage products. And the challenges faced by Pati Angkrik MSMEs include limited raw materials, limited human resources, time requirements, and ineffective marketing access, making the development of Pati Angkrik MSMEs also experiencing obstacles. Triharjo Village, Gemuh District, Kendal Regency, has the Pati Angkrik micro and small and medium enterprise (MSME) as one of the community businesses in Triharjo Village. However, there are challenges and opportunities it faces. The aim of this service is to provide MSME development to the challenges and opportunities faced by Pati Angkrik MSME actors in Triharjo Village, so that they can help Angkrik starch MSME actors by replacing more modern packaging and designing packaging for Angkrik starch MSME products. This devotion uses method Participatory Action Research is a method of raising public awareness regarding potential and existing problems and encouraging community participation in change activities that will be implemented. This service has succeeded in providing development for pati angkrik MSMEs by changing product packaging to modern packaging and creating packaging designs, so that the development of pati angkrik MSMEs can benefit the angkrik starch MSMEs in Triharjo Village.

Abstrak

Peluang dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM pasti ada dalam proses pengembangan UMKM. Pati angkrik sebagai bahan pangan lokal umbi-umbian menawarkan peluang potensi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pati angkrik, yang tergolong dalam kelompok umbi-umbian, dapat diolah menjadi berbagai produk olahan makanan dan minuman. Dan tantangan yang dihadapi pelaku UMKM Pati angkrik diantaranya terbatasnya Bahan Baku, sumber Daya Manusia yang terbatas, Membutuhkan Waktu, dan Akses Pemasaran yang tidak efektif membuat pengembangan UMKM Pati Angkrik juga mengalami kendala. Desa Triharjo, Kecamatan Gemuh, Kabupaten Kendal, memiliki usaha mikro dan kecil menengah (UMKM) Pati angkrik sebagai salah satu usaha masyarakat di Desa Triharjo. Namun, terdapat tantangan dan peluang yang dihadapinya. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberi pengembangan UMKM terhadap tantangan dan peluang yang dihadapi pelaku UMKM Pati Angkrik di Desa Triharjo, sehingga dapat membantu pelaku UMKM pati angkrik lewat pengantian Kemasan yang lebih modern dan mendesain kemasan produk UMKM pati Angkrik. Pengabdian ini menggunakan metode Participatory Action Research merupakan metode penyadaran masyarakat mengenai potensi dan masalah yang ada serta mendorong keikutsertaan atau partisipasi masyarakat dalam kegiatan perubahan yang akan dilaksanakan. Pengabdian ini berhasil memberikan

pengembangan pelaku UMKM pati angkrik dengan mengganti kemasan Produk ke kemasan modern serta pembuatan desain kemasan, sehingga pengembangan UMKM pati angkrik tersebut dapat memperoleh manfaat bagi pelaku UMKM pati angkrik di Desa Triharjo.

Kata Kunci: pengembangan UMKM, Peluang, tantangan, pati angkrik.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman hayati, termasuk berbagai jenis tanaman pangan yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai sumber pangan alternatif. (Hasanah, 2022) Salah satu tanaman yang memiliki potensi besar namun belum sepenuhnya dieksplorasi adalah tanaman angkrik atau garut (*Maranta arundinacea*). Pati yang dihasilkan dari umbi tanaman ini, yang dikenal sebagai pati angkrik, memiliki karakteristik unik yang dapat menjadi solusi dalam berbagai aplikasi industri pangan dan kesehatan. (Syawaliyah & Suryatna, 2020). Pati angkrik telah dikenal oleh masyarakat tradisional di Indonesia sebagai bahan baku yang digunakan dalam pembuatan makanan, seperti kue dan minuman. Tanaman ini mudah dibudidayakan di berbagai wilayah Indonesia, terutama di daerah-daerah dengan tanah yang subur dan beriklim tropis. Namun, meskipun memiliki sejarah panjang dalam penggunaan tradisional, pengembangan pati angkrik secara komersial dan industrial di Indonesia masih tergolong terbatas. (Rivki et al., n.d., 2019)

Umbi garut yang segar dapat menghasilkan pati atau tepung dengan perbandingan antara hasil dan bahan baku yang digunakan yakni berkisar pada 15% - 20% . selain itu juga pati garut (angkrik) ini juga dapat dimanfaatkan atau dapat diolah sebagai bahan baku produk pangan seperti roti, kue kering, cake, mie, dan lain sebagainya. (Endah Wahyurini, et al., 2019) Tepung dan pati garut (angkrik) yang sudah jadi ini dapat disimpan di tempat yang kering agar dapat bertahan lama. Kualitas dari tepung garut (angkrik) antara satu dan lainnya ini sangatlah berlainan tergantung pada cara pengolahan dan kualitas dari bahan baku yang digunakan. Tepung garut (angkrik) yang berkualitas bagus akan berwarna putih, bersih, bebas dari noda dan kandungan airnya berkisar pada 18,5%, dan juga kandungan abu dan seratnya rendah.

Dalam konteks global, pati angkrik dikenal sebagai sumber pati yang bebas gluten, menjadikannya alternatif yang aman bagi individu yang memiliki intoleransi terhadap gluten atau menderita penyakit celiac. Selain itu pati angkrik juga memiliki sifat fungsional yang beragam, seperti daya serap air yang tinggi, kemampuan membentuk gel pada suhu rendah, dan tekstur yang halus. Sifat-sifat ini menjadikan pati angkrik sebagai bahan yang potensial dalam pembuatan berbagai produk makanan, termasuk makanan bayi, makanan diet, dan produk-produk gluten-free lainnya. (Fitriani & Luthfiana, 2022) Adanya peningkatan pemanfaatan pati angkrik di Indonesia tidak hanya dapat memberikan manfaat ekonomi bagi

petani dan industri, tetapi juga mendukung diversifikasi pangan yang diperlukan untuk menjaga ketahanan pangan nasional. Selain itu, dengan mengembangkan teknologi pengolahan yang lebih efisien dan ramah lingkungan, pati angkrik juga dapat berkontribusi pada pembangunan yang berkelanjutan. (Agus Sutopo, S.ST, Dian Fitriana Arthati, S.ST, Utari Azalika Rahmi, 2014)

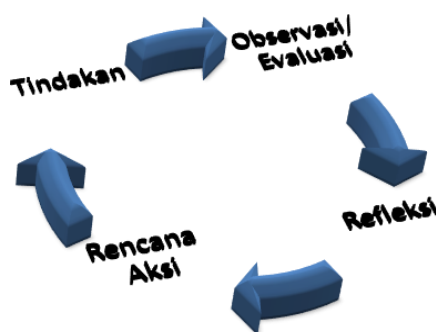
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara (Lubis & Salsabila, 2024). UMKM berperan sebagai tulang punggung ekonomi karena kontribusinya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta distribusi pendapatan (Vinatra, 2023).

Adanya Peluang dan tantangan dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Triharjo melalui pemanfaatan pati angkrik sebagai sumber daya lokal menawarkan peluang potensi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pati angkrik, yang tergolong dalam kelompok umbi-umbian, dapat diolah menjadi berbagai produk olahan makanan dan minuman, seperti bubur, yang tidak hanya memberikan nilai gizi tinggi tetapi juga berpotensi menarik minat pasar. (Ratnaningsih et al., 2010) Meskipun demikian, pemanfaatan pati angkrik menghadapi tantangan, terutama terkait dengan keterbatasan sumber daya yang hanya dapat dipanen dua kali setahun. Hal ini menuntut kreativitas dan inovasi dari pelaku UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan pati angkrik serta mencari alternatif bahan baku atau metode pengolahan yang dapat memperpanjang masa pemanfaatannya.

Untuk mencapai keberlanjutan dalam pengembangan UMKM tersebut, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga non-pemerintah, kelompok masyarakat, dan kelompok tani, dalam bentuk pelatihan keterampilan, penyediaan akses pasar, dan penguatan jejaring usaha. Dengan pendekatan yang komprehensif, masyarakat Desa Triharjo dapat meningkatkan kualitas produk berbasis pati angkrik, memperluas jangkauan pemasaran, serta mengembangkan inovasi produk yang lebih beragam. Hal ini tidak hanya akan mendongkrak perekonomian lokal tetapi juga memperkuat ketahanan pangan di desa tersebut. Oleh karena itu, sinergi antara pemanfaatan sumber daya lokal dan inovasi yang berkelanjutan menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi UMKM desa untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Triharjo, Kecamatan Gemuh kabupaten Kendal fokus utama tertuju pada para pelaku usaha pati angkrik di desa Triharjo. Sedangkan, metode pelaksanaan kegiatan pengembangan UMKM yakni melalui metodologi pengabdian *participatory action research* (PAR). *Participatory Action Research* merupakan metode penyadaran masyarakat mengenai potensi dan masalah yang ada serta mendorong keikutsertaan atau partisipasi masyarakat dalam kegiatan perubahan yang akan dilaksanakan (Rahmat & Mirnawati, 2020) Secara umum tahapan metode PAR terangkum ke dalam siklus yang dimulai dari tahap observasi, refleksi, kemudian dilanjut dengan rencana aksi dan tahap tindakan atau pelaksanaan program. (Turap et al., n.d., 2022) Siklus tersebut tidak berhenti hingga pada tahap tindakan/aksi, namun berlanjut ke tahap evaluasi yang kemudian nantinya akan kembali ke refleksi, perencanaan program lanjutan dan pelaksanaan program hingga terjadi perubahan sosial sebagai tujuan bersama.



Gambar 1. Siklus Metode PAR

Sedangkan, dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat pada program Pengembangan UMKM pati angkrik di desa Triharjo memiliki peluang dan tantangan dalam pengembangannya, melalui beberapa tahapan yakni tahap indentifikasi masalah melalui observasi lapangan kemudian dilanjutkan dengan tahapan pengorganisasian dan perencanaan program, dilanjut dengan aksi atau peaksanaan program serta yang terakhir adalah tahap evaluasi.

1. Identifikasi masalah, dilakukan dengan cara meninjau langsung situasi dan kondisi UMKM dan melakukan wawancara bersama pelaku usaha di pati anagkrik di desa Triharjo, kabupaten Kendal.
2. Dari hasil observasi, kemudian dilanjutkan dengan perencanaan aksi melalui berkolaborasi dengan pemerintah Desa Triharjo dan perangkat Desa.
3. Rencana yang telah tersusun, kemudian diimplementasikan melalui pelaksanaan penembangan UMKM dengan pelaku usaha Pati Angkrik dan UMKM lain di desa

Triharjo.

4. Setelah dilakukan pengembangan berupa pemberian kemasan yang lebih modern, sebagai bentuk keberlanjutan program yakni pemasaran produk pati angkrik desa Triharjo.
5. Di akhir program dilakukan penilaian dari seluruh rangkaian program yang telah dilaksanakan. Dari tahapan di atas secara keseluruhan proses pengabdian masyarakat bidang ekonomi dilaksanakan oleh, dari dan pelaku UMKM pati angkrik Desa Triharjo. Hal ini yang menjadi ciri utama dari sebuah metode yang berbasis partisipasi masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pati Angkrik Sebagai bahan pangan

Pati Angkrik atau yang sering disebut sebagai tepung garut / angkrik adalah produk olahan dari umbi tanaman garut (*Maranta arundinacea*). (Eti Estiasih, et al., 2017) Tanaman ini tumbuh di berbagai daerah tropis, termasuk Indonesia, dan telah lama dimanfaatkan sebagai sumber pangan, baik dalam bentuk tepung maupun produk olahan lainnya. Tanaman garut sering kali dianggap sebagai tanaman minor karena tidak sepopuler singkong, kentang, atau sagu. Namun demikian, pati garut memiliki potensi besar sebagai sumber pangan yang sehat, bergizi, dan memiliki manfaat kesehatan yang luar biasa.

Pati Angkrik memiliki tekstur yang lembut, halus, dan mudah dicerna, sehingga sering digunakan sebagai bahan dasar dalam pembuatan bubur atau makanan bagi mereka yang memiliki masalah pencernaan. Selain itu, pati garut juga digunakan dalam berbagai industri, seperti industri makanan, farmasi, dan kosmetik. Dalam artikel ini, kita akan menjelajahi lebih dalam mengenai pengertian pati garut, proses produksinya, kandungan gizi, manfaat kesehatannya, serta tantangan dan peluang pengembangannya sebagai produk pangan lokal. (Ratnaningsih et al., 2010)

Pati garut juga adalah produk pangan yang dapat digunakan sebagai pengganti tepung umbi-umbian lain. Umbi pati Angkrik ini diproses untuk diambil patinya, yang kemudian dikeringkan dan diolah menjadi tepung. Tepung ini memiliki sifat yang mudah larut dalam air, berwarna putih, dan memiliki rasa yang netral. Dan pati garut termasuk ke dalam golongan pati resisten, yang artinya tidak dicerna oleh tubuh secara langsung seperti pati biasa. Pati resisten memiliki efek prebiotik yang baik untuk kesehatan pencernaan karena mampu memberikan nutrisi bagi bakteri baik di usus. Dengan demikian, pati garut tidak hanya berfungsi sebagai sumber karbohidrat, tetapi juga dapat berkontribusi pada kesehatan usus secara keseluruhan.

Peluang dalam pengembangan UMKM Pati Angkrik

Pendirian Unit Pengolahan Tepung Pati Angkrik

Salah satu peluang besar untuk pengembangan UMKM adalah mendirikan unit pengolahan tepung pati angkrik. Proses pembuatan tepung pati angkrik yang cukup sederhana bisa dilakukan dengan peralatan yang mudah diperoleh. UMKM dapat memanfaatkan tenaga kerja lokal untuk proses penggalian, pencucian, penggilingan, dan pengeringan, sehingga memberdayakan masyarakat sekitar. Tepung yang dihasilkan bisa dijual langsung atau dipasarkan ke industri makanan untuk diolah lebih lanjut. (Ratna et al., 2023)

Produksi Makanan Olahan Berbasis Pati Angkrik

UMKM juga bisa fokus pada produksi makanan olahan berbasis pati angkrik. Makanan-makanan tradisional seperti kue, mi, atau bubur yang menggunakan pati angkrik dapat dikemas ulang menjadi produk modern yang menarik. Dengan pengemasan yang baik dan inovasi dalam rasa, produk tersebut dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk kalangan urban dan konsumen yang peduli akan kesehatan. (Fitriani & Luthfiana, 2022)

Penyediaan Produk Pangan untuk Pasar Bebas Gluten

Mengingat semakin tingginya permintaan akan produk bebas gluten, UMKM dapat menjadikan pati angkrik sebagai produk unggulan dalam segmen pasar ini. Produk-produk berbasis pati angkrik dapat dikembangkan menjadi tepung alternatif, makanan ringan, atau bahkan makanan siap saji yang ditujukan untuk pasar lokal maupun ekspor. (Kecil & Wringinanom, 2022)

Penjualan Pati Angkrik berbasis Online

Dalam era digital saat ini, pemasaran produk UMKM dapat dilakukan dengan mudah melalui platform *e-commerce* atau media sosial. UMKM desa yang memproduksi pati angkrik dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital. Penjualan online memungkinkan produk desa, termasuk tepung pati angkrik, menjangkau konsumen di kota besar. Dengan kualitas dan branding yang tepat, pati angkrik bisa menjadi produk yang diminati di pasar local maupun mancanegara.

Tantangan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM Pati Angkrik

Perkembangan Usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM) saat ini sedang menjadi perhatian penting bagi pemerintah untuk dikembangkan dalam perekonomian nasional. Perekonomian Indonesia yang kini tengah berada dalam ancaman resesi menjadi tantangan bagi pemerintah untuk memiliki kontribusi yang besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan lapangan pekerjaan, memberdayakan masyarakat dan mengurangi strata ketimpangan sosial dan ekonomi. (Khurniawati et al., 2023)

Pemerintah saat ini sedang mengupayakan pemberdayaan pelaku UMKM agar dapat menghadapi tantangan di masa depan. Faktanya saat ini unit UMKM telah mengalami kemajuan yang cukup pesat dibandingkan dengan unit usaha lainnya. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada tahun 2020 lalu. Diinformasikan bahwa UMKM telah ikut berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% angka tersebut setara sekitar Rp. 8500 triliun. Pada tahun yang bersamaan UMKM juga menyerap 97% tenaga kerja. Itu artinya pemberdayaan masyarakat melalui penyediaan lowongan kerja sedikit demi sedikit mulai terealisasi. (Lisnawati., 2023)

Kemajuan yang terealisasi melalui unit UMKM di tahun 2020 menjadi tantangan para pelaku usaha di tahun-tahun yang mendatang. Pemerintah harus lebih fokus untuk memperhatikan jalannya UMKM agar dapat bertahan atau bahkan lebih maju dengan pemasaran yang lebih luas dan mampu bersaing di pasar digital yang lebih luas. (Maulida & Yunani, 2017)

Produk lokal yang dilakukan oleh para pelaku UMKM diharapkan bukan hanya berlaku di beberapa wilayah atau daerah setempat. Namun, dapat menjelajah ke seluruh dunia sehingga produk lokal yang semakin berkualitas dapat menjadi produk unggulan yang dapat di ekspor ke negara lain.

Dalam memajukan sebuah unit UMKM pemerintah masih perlu membenahi permasalahan-permasalahan yang ada. Sehingga, terdapat beberapa tantangan besar yang dihadapi para pelaku UMKM di pasar global. (Niode, 2019) Tantangan ini apabila tidak segera diatasi akan menjadi sebuah kendala dalam memajukan perkembangan UMKM di pasar global. Tantangan dalam perkembangan UMKM dipengaruhi oleh faktor internal dan juga eksternal dari para pelaku UMKM.

Tantangan perkembangan UMKM dari faktor internal dan juga faktor eksternal di antaranya (Subanar, 2001, bk. 18)

1. Kurangnya perbedayaan terhadap pelaku UMKM dalam menjalani bisnisnya.
2. Kurangnya sistem perencanaan untuk jangka panjang seperti: anggaran, kebutuhan modal dan material untuk menjalankan bisnisnya.
3. Kurangnya mindset yang luas untuk mengembangkan produk yang lebih berkualitas
4. Minimnya penggunaan platform digital dalam proses pemasaran
5. Kurangnya kemampuan dalam berinovasi, kreatif dan fasilitas yang tidak memadai.

Solusi dalam menghadapi tantangan pengembangan UMKM juga bukan hanya tugas pemerintah. Pemerintah hanya berusaha membantu dan memfasilitasi apa yang dibutuhkan pelaku UMKM untuk dapat lebih berkembang seperti memfasilitasi pelatihan, ruang untuk

diadakan sebuah bazaar UMKM dan mendorong SDM untuk dapat menggunakan teknologi-teknologi yang canggih dalam proses pemasarannya. (Fadilah et al., 2021)

Beberapa tantangan yang perlu dihadapi pelaku UMKM Pati angkrik dalam memasarkan produk diantaranya:

Terbatasnya Bahan Baku

Bahan baku merupakan sebuah produk utama dalam sebuah pembuatan produk yang dapat dihasilkan menjadi sebuah bahan jadi dengan kreatifitas dan inovasi yang dilakukan semaksimal mungkin. Bahan baku pati angkrik ini sangat terbatas dalam proses panennya. Dalam proses sekali panen pati angkrik yang dihasilkan hanya mendapatkan 7-10kg tepung pati angkrik. Tentu saja ini menjadi sebuah tantangan yang akan mempengaruhi proses penjualan sampai pemasaran. Apalagi bahan baku ini sangat jarang dijual di daerah tersebut.

Apabila pati angkrik dibeli dari tempat lain harga bahan baku ini cukup mahal dan tentu saja akan menghasilkan tepung angkrik yang berberda. Sehingga, para pelaku UMKM perlu dana yang besar untuk membeli pati angkrik dalam jumlah yang cukup besar dan melakukan inovasi dan kreatifitas yang tinggi untuk dapat memberikan hasil tepung pati angkrik yang sama yang biasanya digunakan dalam proses pembuatan pati angkrik. Inilah yang menjadi kendala pati angkrik tidak dapat diproduksi dalam jumlah yang cukup besar, mereka hanya bisa memproduksi sesuai budget yang dimiliki dan mendapatkan keuntungan yang sesuai. Dengan demikian produksi yang dihasilkan akan terbatas dan harganya menjadi cukup sedikit mahal. Padahal, peminat pembeli cukup banyak.

Sumber Daya Manusia yang Terbatas

Pelaku UMKM pati angkrik dilakukan Bu Mujowati perorangan. Sedangkan dalam proses suatu bisnis agar berjalan lancar diperlukan sumber daya manusia yang memadai karena menjadi aspek yang cukup penting. Namun, beberapa masyarakat di desa tersebut terbatas dengan pengetahuan dan keterampilan dalam proses pembuatan tepung pati angkrik sehingga dari segi kreatifitas juga kurang mampu dalam mengembangkan produksi tepung pati angkrik dalam jumlah yang banyak.

Kekurangan Modal

Suatu usaha modal adalah sesuatu hal yang penting dalam membuka usaha. (Setyowati et al., 2024) Karena UMKM pati angkrik adalah usaha rumahan maka hanya dapat mengandalkan modal sendiri dan seharusnya ini menjadi perhatian pemerintahan yang ada di desa untuk membantu pelaku usaha yang kekurangan modal. Pelaku usaha Pati angkrik memaparkan bahwa pati angkrik yang diproduksi hanya memberikan untuk yang tidak besar sehingga kerap kali mereka mengandalkan uang pribadi untuk memenuhi kekurangan modal

dalam penjualan pati angkriknya.

Membutuhkan Waktu

Proses pembuatan pati angkrik menjadi sebuah tepung yang akan dipasarkan membutuhkan waktu yang cukup lama apalagi hanya dilakukan oleh satu orang yang mengolahnya. Proses pembuatan tepung pati angkrik ini sekitar 2 hari apabila cuaca panas sedangkan Kendala lainnya apabila musim hujan maka tepung sangat membutuhkan waktu untuk mengering yang menyebabkan proses produksi tidak berjalan maksimal belum lagi hasil tepung yang kadang tidak bagus.

Kurangnya Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana juga merupakan hal penting untuk menunjang proses pengembangan UMKM. (Gainau & Hasanah, 2024) Sarana dan Prasarana harus dapat mendukung proses pembuatan pati angkrik. Sarana tersebut meliputi pemasaran produk atau proses pembuatan produk tepung pati angkrik. Pelaku usaha Pati angkrik hanya menggunakan plastik putih biasa yang berukuran seperempat sampai satu kilo untuk pemasaran tepungnya. Dalam hal tempat juga pelaku usaha pati angkrik ini tidak memiliki tempat yang luas dalam proses pembuatannya. Pelaku usaha pati angkrik mengatakan bahwa hasil tepung yang dihasilkan terbatas sehingga prasarana tempat yang digunakan sejauh ini cukup. Tetapi, apabila terdapat lahan yang lebih luas maka kemungkinan besar tepung pati angkrik dapat diproduksi lebih banyak.

Akses Pemasaran yang tidak efektif

Pelaku usaha UMKM pati angkrik ini hanya memasarkan produksinya ke tetangga sekitar. Pelaku usaha Pati angkrik belum bisa merambah akses pemasarannya lebih luas. Di samping karena produknya yang terbatas juga di usianya yang tidak lagi muda dan kurangnya ada bantuan sehingga pelaku UMKM pati angkrik ini tidak bisa memasarkan produknya di platform-platform digital yang saat ini banyak digunakan beberapa pelaku usaha UMKM lain. Persaingan yang semakin ketat dan dalam lingkup yang luas dengan terbatasnya akses pemasaran yang tidak efektif menjadi kendala untuk mendistribusikan hasil produk pati angkrik untuk memajukan perekonomian pelaku UMKM itu sendiri Apalagi perekonomian daerah.

Pengembangan Usaha, Mikro , Kecil dan Menengah (UMKM) Pati Angkrik di Desa Triharjo, Kabupaten Kendal

Desa Triharjo adalah desa yg secara geografis berjarak antara kurang lebih 6 KM dari Kecamatan Gemuh atau sekitar 12 KM dari pusat pemerintahan kabupaten Kendal. Desa Triharjo berdekatan dengan hutan, bendungan dan aliran sungai dengan mayoritas penduduk

bertani.

Tahapan awal Dalam melaksanakan pengembangan UMKM yaitu melakukan kunjungan dan mengidentifikasi permasalahan dari UMKM pati Angkrik di Desa Triharjo. Pelaksanaan identifikasi masalah ini dilakukan dengan langsung turun ketempat usaha dan bertanya langsung kepada pelaku usaha terkait masalah yang dihadapi. Dengan komunikasi yang baik pelaku usaha dapat terbuka menjelaskan masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya.

Di Desa Triharjo terdapat salah satu pelaku usaha Pati Angkrik. Usaha ini telah berkembang selama sepuluh tahun lebih yang dilakukan oleh Bu Mujowati yang tinggal di daerah Juwero rt 2 rw 5. Usaha pati angkrik ini menjadi salah satu usaha mikro kecil yang dilakukan di rumah. Berdasarkan hasil identifikasi, permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM diantaranya: bahan baku pati angkrik yang langka, mesin dan peralatan produksi, dan masih minimnya produsen pati angkrik di desa triharjo. Ketidaksediaan atau kelangkaan bahan pati angkrik inilah yang membuat produsen tepung angkrik Desa Triharjo, membuat tepung angkrik secara terbatas. Yang membuat para konsumen atau pembeli harus menayakan dulu kesedian tepung angkrik tersebut. (Prasetya et al., 2021)

Permasalahan bahan baku yang kelangkaan bahan baku untuk pati angkrik merupakan salah satu kendala utama dalam pengembangan produk UMKM di Desa Triharjo. Namun, beberapa faktor menyebabkan sulitnya memperoleh bahan baku dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan produksi. Pengaruh kelangkaan disebabkan beberapa faktor diantaranya pertama, Kurangnya Budidaya Tanaman Angkrik, para pelaku Masyarakat setempat cenderung tidak menjadikan tanaman angkrik sebagai komoditas utama dalam pertanian mereka, sehingga suplai umbi angkrik menjadi tidak stabil dan sulit diandalkan untuk produksi dalam skala besar. Selain itu, karena tidak dibudidayakan secara intensif, produksi umbi angkrik sangat bergantung pada kondisi alam. Ketika permintaan meningkat, terutama dari industri pangan atau UMKM yang ingin mengolah pati angkrik, suplai bahan baku seringkali tidak mencukupi. Kedua Alam dan Kondisi Lingkungan, dalam penanaman pati angkrik sering tumbuh di daerah dekat hutan atau di tanah-tanah marginal yang tidak dikelola secara intensif. Perubahan kondisi lingkungan, seperti deforestasi, alih fungsi lahan untuk kepentingan lain. (Maulana & Herlina, 2020) Atau perusakan ekosistem alami, dapat menyebabkan tanaman ini semakin sulit ditemukan. Perubahan iklim juga berpotensi mempengaruhi pertumbuhan tanaman angkrik, sehingga mengurangi ketersediaan umbi sebagai bahan baku.

Selain itu, tanaman angkrik memiliki siklus pertumbuhan yang relatif lama dibandingkan dengan tanaman umbi lainnya, seperti singkong atau ubi jalar. Hal ini membuatnya tidak selalu

tersedia sepanjang tahun, terutama jika tidak ada sistem penanaman yang teratur. Dan yang ketiga Permintaan yang Rendah , karena kelangkaan bahan membuat Dalam proses penjualan pati angkrik pelaku UMKM ini belum merambah pemasaran dalam lingkup yang cukup luas. Bahkan cenderung usaha ini masih tergolong UMKM yang sangat kecil. Banyak tantangan yang dihadapi pelaku UMKM pati angkrik ini dalam proses penjualannya.

Dalam proses pengembangan UMKM Pati Angkrik, dipelukan refleksi yang dapat digunakan sebagai proses pengembangan UMKM pati Angkrik, Refleksi pengembangan UMKM adalah proses evaluasi dan pemikiran mendalam mengenai perkembangan, tantangan, serta peluang dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Refleksi ini melibatkan analisis mengenai berbagai aspek seperti akses modal, inovasi, teknologi, pemasaran, serta dukungan kebijakan yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM.(Maulana & Herlina, 2020) Tujuannya adalah untuk memahami apa yang telah dicapai, tantangan apa yang dihadapi, dan langkah-langkah apa yang diperlukan agar UMKM dapat berkembang lebih baik dan berkelanjutan. Dalam refleksi ini pelaku UMKM pati angkrik di Desa Triharjo, Bu Mujowati yang tinggal di daerah Juwero rt 2 rw 5, memiliki hambatan atau tantangan yang penyelesaiannya dibantu dengan peran serta mahasiswa KKN MIT-18 posko 58 UIN Walisongo lewat program pengembangan UMKM di desa tersebut.

Peluang dan aksi dalam Peranan mahasiswa dalam membantu penembangan UMKM lewat pengembangan UMKM, yang diantaranya

Membantu dalam pengantian kemasan pati angkrik ke lebih Modern

Kemasan produk memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen, terutama di era persaingan bisnis yang semakin ketat. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah atau pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Pengembangan produk lewat kemasan yang lebih modern dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.(McCullagh, 2023)



Gambar 2. Pengembangan UMKM pengantian Kemasan pati angkrik ke lebih Modern

Dalam proses pengembangan UMKM pati angkrik di Desa Triharjo mahasiswa KKN MIT- 18 UIN Walisongo, melakukan penggantian kemasan dengan kemasan yang lebih lama dengan kemasan yang lebih moden diharapkan dapat menarik daya beli pati angkrik, kemasan juga Sebagai ciri Identitas Produk Kemasan merupakan salah satu aspek pertama yang dilihat konsumen saat memilih produk. Kemasan yang menarik, informatif, dan mudah dikenali dapat menjadi faktor penentu keputusan pembelian. Dan kemasan juga sebagai peningkatan nilai estetika Kemasan yang estetik dan menarik akan membuat produk terlihat lebih premium di mata konsumen.

Membantu mendesain label kemasan produk UMKM pati Angkrik

Label produk memiliki peranan penting dalam keberhasilan pemasaran produk UMKM. Bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah, label bukan hanya sekadar tanda identitas produk, tetapi juga merupakan alat komunikasi yang efektif antara produsen dan konsumen. Label produk yang baik mampu menyampaikan informasi penting, memperkuat citra merek, serta membantu menarik perhatian konsumen. (Khusna et al., 2023) dikarenakan labeling sebagai Identitas dan Citra Merek yang berfungsi sebagai representasi visual dari identitas dan citra merek. Dalam lingkungan pasar yang kompetitif, konsumen sering kali membuat keputusan pembelian berdasarkan kesan pertama yang mereka dapatkan dari produk, dan label memainkan peran kunci dalam membentuk kesan tersebut. Sebuah label yang dirancang dengan baik, mulai dari pemilihan warna, logo, hingga font, dapat menciptakan identitas yang mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

Peran labelling juga sebagai Meningkatkan Daya Tarik Visual, pasar nasional maupun internasional pada saat ini penuh dengan produk sejenis, label produk yang menarik secara visual dapat menjadi faktor penentu dalam menarik perhatian konsumen. UMKM yang ingin produknya menonjol di rak toko atau di platform online harus memikirkan desain label yang estetik, kreatif, dan sesuai dengan target pasar. Desain yang modern, minimalis, atau unik dapat membantu produk terlihat lebih menarik dan profesional.



Gambar 3. Labeling UMKM Pati Angkrik di Desa Triharjo

Dalam proses pengembangan UMKM pati angkrik di Desa Triharjo mahasiswa KKN MIT- 18 UIN Walisongo, melakukan desain label yang berguna mendukung pertumbuhan usaha dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Pati angkrik, sebagai produk yang relatif unik dan berbasis sumber daya lokal, memiliki potensi besar untuk berkembang. Sebagai memberikan identitas yang jelas terhadap produk tersebut. Dengan adanya label, produk menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen, terutama di pasar yang lebih luas seperti supermarket, pasar modern, atau *platform e-commerce*. Sebagai sarana penyampaian informasi produk, yang merupakan satu aspek penting dalam pemasaran dan penjualan, yang bertujuan memberikan informasi kepada konsumen mengenai detail produk yang mereka beli atau gunakan. Penyampaian informasi yang tepat dan jelas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas, dan mendukung keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN

Hasil Pengabdian ini telah memberikan wawasan komprehensif mengenai potensi dan tantangan dalam pengembangan UMKM pati angkrik di Desa Triharjo, Kabupaten Kendal. Pati angkrik, yang diekstrak dari umbi tanaman garut, menawarkan manfaat kesehatan yang signifikan serta peluang ekonomi yang besar bagi pengembangan pangan lokal. Proses pengolahan pati angkrik memungkinkan peningkatan nilai tambah pada produk pangan dan berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi komunitas. Tantangan utama yang diidentifikasi mencakup kelangkaan bahan baku, keterbatasan modal, serta masalah dalam sumber daya manusia dan sarana prasarana. Namun, inovasi dalam kemasan dan desain label yang telah diperkenalkan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, memberikan potensi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini dan memanfaatkan peluang yang ada, UMKM pati angkrik memiliki potensi untuk berkembang lebih pesat, meningkatkan kapasitas produksi, dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal maupun nasional. Pengembangan

lebih lanjut dalam aspek-aspek ini tidak hanya akan meningkatkan keberhasilan UMKM secara individu tetapi juga akan memperkuat posisi produk pangan lokal di pasar yang lebih luas.

Secara teoritis, pengabdian ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana UMKM, khususnya dalam sektor pangan minor seperti pati angkrik, dapat memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal. Temuan ini menyoroti bagaimana inovasi dan pemanfaatan sumber daya lokal dapat menciptakan nilai tambah dan mengatasi kendala yang dihadapi dalam pasar global. Rekomendasi praktis dari pengabdian ini mencakup penguatan sistem budidaya bahan baku, investasi dalam sarana dan prasarana yang lebih baik, serta penerapan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Pelatihan dan peningkatan keterampilan untuk sumber daya manusia juga merupakan aspek yang sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi. Selain itu, penekanan pada pengembangan kemasan dan desain label modern ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat citra merek. Ini menunjukkan bagaimana pendekatan yang terintegrasi dalam pengembangan UMKM dapat mengatasi berbagai tantangan dan memanfaatkan potensi produk lokal dengan lebih efektif.

Namun, terdapat beberapa keterbatasan atau tantangan dalam pengabdian ini yang masih perlu untuk diperhatikan. Cakupan penelitian yang hanya terbatas pada satu desa dan hanya fokus yang lebih pada kemasan serta pemasaran memberikan gambaran yang mungkin tidak sepenuhnya representatif untuk semua konteks UMKM di wilayah lain. Oleh karena itu, penelitian lanjutan sangat perlu dilakukan untuk mengeksplorasi aspek-aspek lain dari pengembangan UMKM pati angkrik, termasuk teknik budidaya yang lebih efisien, strategi pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, dan sistem distribusi yang lebih baik. Selain itu, penting untuk mengkaji dampak sosial dari pengembangan UMKM ini terhadap komunitas setempat, serta memahami bagaimana kebijakan pemerintah dan dukungan eksternal dapat lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Penelitian lebih mendalam diharapkan dapat memberikan panduan yang lebih komprehensif untuk strategi pengembangan UMKM di sektor pangan lokal dan memperkuat kontribusi mereka dalam perekonomian yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Penulis berterima kasih kepada bapak Rilo Akrori selaku Kepala Desa Triharjo dan Bapak/ Ibu perangkat Desa Triharjo yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Triharjo, Kecamatan Gemuh, Kabupaten Kendal. Penulis juga berterima kasih kepada semua Tim KKN MIT-18 Posko 58 UIN Walisongo (Najata Hammada Jakti, Reny Setiyowati, Rizka Febri Melindasari, Sa'id 'Ali Asyhari, Novi

Lieana Anggraeni, Hilda Fairuz Zain, Cantika Yulianasari, Rizqi As'ari Yusuf, Annisa Noor Fitriya, Syukri Ghozali, Ratih Yulistya Rahmawati, Nuril Anwar, Shelly Noor Indah Agusthia, Farkhan Nuruz Zaman, dan Dewi Indah Lestaridari) yang telah berjuang bersama dalam pelaksanaan Pengabdian ini. Dan juga kepada Ibu Mujowati selaku pelaku UMKM pati Angkrik di Desa Triharjo, yang telah membantu memberikan informasi mengenai UMKM Pati Angkrik, di Desa Triharjo, kecamatan Gemuh, Kendal.

DAFTAR REFERENSI

- Agus Afandi, Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., & Dkk. (2022). *Metodologi pengabdian masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Agus Sutopo, S. St., Fitriana Arthati, D., & Azalika Rahmi, U. S. S. (2014). Kajian indikator Sustainable Development Goals (SDGs). *BPS*, 1–172.
- Endah Wahyurini, Yudhiantoro, D., & Perwira, R. I. (2019). *Tanaman garut: Budidaya dan pemasaran secara online*. Yogyakarta: LPPM UPN Veteran Yogyakarta.
- Fadilah, A., Syahidah, A., Nur'azmi, R., Risqiana, A., Nurmaulida, A., Sofa, M. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Fitriani, D., & Luthfiana, C. (2022). Penggunaan tepung pati garut dalam pembuatan nastar. *Jurnal Pariwisata Vokasi*, 3(2), 11–19.
- Gainau, P. C., & Hasanah, N. (2024). *Akuntansi UMKM (Teori dan model pengembangan riset terkini)*. (Issue August).
- Hasanah, U. N. (2022). Analisis dampak kegiatan pertambangan emas terhadap lingkungan fisik di Desa Paningkaban Kecamatan Gumelar Kabupaten Banyumas tahun 2021. *Indonesian Journal of Environment and Disaster*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.20961/ijed.v1i1.64>
- Khurniawati, S., Badri, M. A., Rivaldi, M. H., Hafizhah, N., Farihesti, S., Mando, L., Adi, E., Pratiwi, S. W., & Masri, D. (2023). Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal sebagai upaya peningkatan nilai ekonomis dan media pemersatu umat. *Insaniyah*, 1(2), 11–22. <https://doi.org/10.31332/insaniyah.v1i2.5810>
- Khusna, S. W., Alifiyah, F., Fisabilillah, N., Iskandar, M., & Falakh, I. (2023). Peningkatan nilai jual produk melalui labeling kemasan pada produk UMKM Desa Lenggerong. *Prosiding Kampelnas*, 2(1), 293–303.
- Maulana, A. R., & Herlina, N. (2020). Hubungan unsur iklim terhadap produktivitas tanaman ubi kayu (*Manihot esculenta* Crantz) di Kabupaten Malang. *Plantropica: Journal of Agricultural Science*, 5(2), 118–128. <https://doi.org/10.21776/ub.jpt.2020.005.2.3>

- Maulida, S., & Yunani, A. (2017). Peluang dan tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dari berbagai aspek ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 181–197.
- Mccullagh, R. R. (2023). Refleksi pengembangan UMKM kain tenun Sumba Timur. *Membangun UMKM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Indonesia Timur*, 159.
- Niode, I. Y. (2019). Sektor UMKM di Indonesia: Profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Oikos-Nomos*, 2(1), 1–10. <https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html>
- Nur Kasanah, Elysa Septiana, & Karomah, L. A. (2022). Optimalisasi digital marketing untuk meningkatkan omzet usaha mikro dan kecil di Wringinanom Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 83–93.
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, S., & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM Desa Boja. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 102–108. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i1.1628>
- Ratna, R., Fattah, M. A., & Hasriani, H. (2023). Peran kelembagaan petani dalam pengembangan usahatani kentang berbasis agribisnis. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 6(1), 24. <https://doi.org/10.33096/wiratani.v6i1.113>
- Ratnaningsih, N., Nugraheni, M., Handayani, T. H. W., & Chaynti, I. (2010). Teknologi pengolahan pati garut dan diversifikasi produk olahannya dalam rangka peningkatan ketahanan pangan. *Inoteks: Jurnal Inovasi Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni*, 14(2), 192–207.
- Setyowati, R. D., Cahyani, P. G., Annisa, N., & ... (2024). Pendampingan sertifikasi halal produk makanan usaha mikro dan kecil melalui website Sihalal. *Ngarsa: Journal of ...*, 4, 1–10. <https://doi.org/10.35719/ngarsa.v4i1.424>
- Subanar, H. (2001). *Manajemen usaha kecil* (Edisi 1, p. 158). BPFE. <https://doi.org/10.52931/t3b7/2021>
- Syawaliyah, S. U., & Suryatna, B. S. (2020). Pengaruh penggunaan pati garut (*Maranta arundinacea*) sebagai bahan lulur tradisional terhadap kehalusan dan kecerahan pada kulit kering. *Teknobuga: Jurnal Teknologi Busana dan Boga*, 8(2), 135–140. <https://doi.org/10.15294/teknobuga.v8i2.24092>