

**Inovasi Opak Gambir: Pengembangan Produk Olahan Rasa Durian Sebagai
Ciri Khas Desa Durensewu oleh KKN-P Kelompok 02
Di Desa Durensewu Pandaan**

**Arifin Mado, Amak Nasrul, Utari Wahyu Ningsih, Masyitah Nurilla Mahdi,
M Ardana Rahman**

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Corresponden Author:

arifinmado@umsida.ac.id

Abstract

Abstract. Durensewu Village, located in Pandaan District, Pasuruan Regency, East Java Province, has a very wide natural potential. The Enlightenment Real Work Lecture Group (KKN-P) Group 02 of Durensewu Village develops innovations by utilizing local resources by creating processed durian-flavored products as a new taste of opak gambir. This is an initiative to improve the economy of local communities, increase the added value of local products, and strengthen the distinctive identity of the village. The methodology used is a qualitative method involving the survey and identification process, the implementation of socialization and education, technical training, monitoring and evaluation. This group developed a recipe for opak gambir products using processed durian flavors as additional ingredients, through a processing process that prioritizes health and quality. Rebranding of opak gambir products using marketing strategies through digital devices (digital marketing). In doing business not only consider capital, profits, and losses but also need to consider marketing strategies. Thus, MSMEs can develop their business in the long term.

Keyword: *UMKM, Innovation, Opak Gambir*

Abstrak

Desa Durensewu yang terletak di Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur, memiliki potensi alam yang sangat luas. Kelompok Kuliah Kerja Nyata Pencerahan (KKN-P) Kelompok 02 Desa Durensewu mengembangkan inovasi dengan memanfaatkan sumber daya lokal dengan menciptakan produk olahan rasa durian sebagai cita rasa baru opak gambir. Ini adalah inisiatif untuk meningkatkan ekonomi masyarakat lokal, meningkatkan nilai tambah produk lokal, dan memperkuat identitas khas desa. Metodologi yang digunakan adalah metode kualitatif yang meliputi proses survei dan identifikasi, pelaksanaan sosialisasi dan pendidikan, pelatihan teknis, monitoring dan evaluasi. Kelompok ini mengembangkan resep produk opak gambir dengan menggunakan olahan rasa durian sebagai bahan tambahan, melalui proses pengolahan yang mengutamakan kesehatan dan kualitas. Rebranding produk opak gambir menggunakan strategi pemasaran melalui perangkat digital (digital marketing). Dalam berbisnis tidak hanya mempertimbangkan modal, keuntungan, dan kerugian tetapi juga perlu mempertimbangkan strategi pemasaran. Dengan demikian, UMKM dapat mengembangkan usahanya dalam jangka panjang.

Kata kunci: *UMKM, Inovasi, Opak Gambir*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam pembangunan perekonomian nasional. Selain itu, UMKM juga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan, khususnya bagi masyarakat pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah. UMKM perlu dikembangkan dan berperan aktif agar mampu bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya. Jika tidak, UMKM sebagai inti perekonomian tidak akan mampu berkembang dengan sukses.

Desa Durensewu merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Desa Durensewu dipimpin oleh Kepala Desa. Desa Durensewu melaksanakan berbagai program seperti program pariwisata dan kemasyarakatan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Desa Durensewu terdiri dari tujuh desa yaitu Desa Durensewu, Desa Klagen, Desa Sukorame, Desa Jonggan, Desa Bakalan, Desa Genengan, dan Desa Mendalan. Desa Durensewu memiliki tata lahan yang beragam antara lain sawah, perkampungan, dan hutan. Selain itu, terdapat wilayah perairan dan daratan luas yang berpotensi untuk pengembangan perikanan, pertanian, dan perkebunan. Desa Durensewu mempunyai lahan persawahan luas penghasil padi utama bagi masyarakat desa, sehingga perlu dikembangkan.

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Desa Durensewu, khususnya Dusun Mendalan. Disana terdapat UMKM yang memproduksi opak gambir sebagai salah satu jajanan tradisional Desa Durensewu. Produk ini dibuat dengan mencampurkan gambir, tepung ketan, gula, santan kelapa dan beberapa varian rasa.

Untuk itu, kelompok pengabdian kepada masyarakat memberikan masukan terhadap pengembangan produk olahan opak

gambir dengan rasa durian. Proses pembuatan opak gambir rasa durian ini hampir sama dengan opak gambir pada umumnya, namun dengan penambahan buah durian sebagai rasa baru.

“Pengembangan produk olahan rasa durian sebagai ciri khas Desa Durensewu oleh KKN-P Kelompok 02 Desa Durensewu Pandaan” merupakan program kerja dari kelompok pengabdian kepada masyarakat untuk mengembangkan produk tersebut sebagai ciri khas jajanan tradisional Desa Durensewu dengan memanfaatkan sumber daya lokal khususnya buah durian. Langkah ini diambil sebagai bagian dari pengembangan perekonomian. Melalui inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap produk lokal serta meningkatkan perekonomian desa.

Kendala dalam pengembangan UMKM ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti strategi pemasaran yang kurang tepat, penjualan produk yang belum maksimal, terbatasnya tenaga kerja yang mumpuni, dan lain-lain. Salah satu kendala yang paling berpengaruh dalam pengembangan usaha ini adalah keterbatasan sumber daya manusia yang membuat UMKM opak gambir enggan menerima pesanan terlalu banyak. Di sisi lain, opak gambir hanya diketahui oleh masyarakat setempat karena strategi pemasaran UMKM belum banyak diketahui oleh Masyarakat luas.

Berdasarkan kendala yang tengah dihadapi oleh pelaku UMKM tersebut, tujuan diadakanya kegiatan ini adalah berkolaborasi dengan pelaku UMKM untuk melakukan inovasi terhadap produk olahan opak gambir dengan memberika rasa durian. Dengan cara ini, UMKM sebagai penopang perekonomian Desa Durensewu akan semakin berkembang dan kesejahteraan masyarakat UMKM Desa Durensewu semakin meningkat.

METODE

Metode pelaksanaan kelompok pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode kualitatif. Sasaran yang dituju yaitu salah satu UMKM makanan di Desa Durensewu. Peningkatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan Mahasiswa KKN-P UMSIDA dan para pelaku UMKM yang berlangsung mulai tanggal 24 Januari hingga 1 Februari 2024. Kegiatan ini dilaksanakan di tempat produksi opak gambir yang berada di Dusun Mendalan, Desa Durensewu. Kegiatan yang dilakukan antara lain :

1. Survey dan Identifikasi

Pada tanggal 24 - 26 Januari 2024, kelompok pengabdian kepada masyarakat UMSIDA yaitu kelompok 02 Desa Durensewu yang terdiri dari Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) bersama 15 Mahasiswa yang telah melakukan kunjungan sekaligus meminta ijin untuk melaksanakan kegiatan di tempat produksi UMKM opak gambir di Dusun Mendalan dengan didampingi oleh Ibu Purwanti selaku Ketua UMKM Desa Durensewu. Sesampainya di Dusun Mendalan, kami berdiskusi secara langsung dengan pelaku UMKM opak gambir yang bernama Ibu Rohayah untuk mengenal produk opak gambir, serta mengetahui lebih dalam terkait dengan permasalahan yang tengah dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan UMKM ini.

Dari hasil survey dan identifikasi tersebut, diketahui bahwa pelaku UMKM mengalami sedikit hambatan yaitu terbatasnya tenaga kerja yang mumpuni dibidangnya sehingga enggan menerima pesanan terlalu banyak karena dikhawatirkan tidak sanggup menyelesaikan pesanan para pelanggan. Selain itu, produknya hanya memiliki dua varian rasa yaitu vanilla dan jahe.

2. Pelaksanaan Sosialisasi dan Edukasi

Selanjutnya kami melakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM opak gambir dan menyampaikan beberapa program kerja yang berfokus pada peningkatan penjualan produk untuk meningkatkan pendapatan mereka. Sosialisasi dan dukungan yang kami berikan mencakup beberapa topik, seperti :

- a. Pentingnya mengembangkan usaha
- b. Pendaftaran legalitas usaha (NIB) untuk pelaku UMKM
- c. Edukasi dalam mengembangkan perekonomian usaha
- d. Pengembangan Inovasi baru guna meningkatkan kualitas produk
- e. Branding produk sebagai ciri khas desa
- f. Peningkatan pemasaran untuk meningkatkan penjualan

Sosialisasi sendiri merupakan salah satu kegiatan edukasi terhadap individu yang memiliki nilai strategis sebagai langkah untuk menambah pengetahuan, melahirkan dan mengembangkan kesadaran secara kognitif tentang sebuah inovasi. Metode yang digunakan dalam sosialisasi ini adalah pendampingan.

Kegiatan ini ditujukan kepada Ibu Rohayah, salah satu pelaku UMKM produk opak gambir di Dusun Mendalan. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27 - 28 Januari 2024 dan membutuhkan waktu 3 jam/hari. Metode yang digunakan yaitu diskusi aktif antara pelaku UMKM sebelum Narasumber menyampaikan materi. Setelah itu, materi akan disampaikan oleh Narasumber yang meliputi :

- a. Pemberlakuan SOP (*Standart Operasional Produk*) terhadap produksi opak gambir
- b. Pelatihan keterampilan dan manajemen untuk pelaku UMKM
- c. Pengembangan atau inovasi produk olahan opak gambir
- d. Pemasaran dan branding untuk UMKM opak gambir
- e. Diversifikasi UMKM opak gambir

3. Pelatihan Teknis

Tahap selanjutnya adalah pelatihan teknis yang dilakukan oleh para pelaku UMKM setempat selama 2 jam pada tanggal 28 Januari 2024. Pada tahap ini, sebelum praktik memproduksi opak gambir, Narasumber mengenalkan terlebih dahulu mengenai beberapa bahan yang akan digunakan dalam pembuatan opak gambir, yaitu gambir, tepung ketan, gula, santan kelapa dan beberapa varian rasa. Setelah itu, Narasumber akan mendampingi secara langsung proses produksi opak gambir dari bahan-bahan yang sudah disiapkan secara bertahap, hingga semua bahan termanfaatkan.



Gambar 1. Produk Opak Gambir Rasa Durian

Setelah proses produksi opak gambir, kelompok pengabdian kepada masyarakat pada hari itu juga memberikan pelatihan serta pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM untuk mendaftarkan legalitas usaha (NIB) secara online. Pembuatan NIB dilakukan selama kurang lebih 1 jam, kemudian sertifikat NIB dicetak dan di laminating.



Gambar 2. Pendampingan Dalam Pembuatan NIB

Kelompok pengabdian kepada masyarakat memberikan sebuah inovasi dalam pengembangan produk UMKM yaitu inovasi varian rasa baru, rasa durian sebagai ciri khas jajanan tradisional Desa Durensewu dengan memanfaatkan sumber daya lokal di Desa Durensewu.

4. Pemantauan dan Eevaluasi

Tahap ini adalah tahap diskusi dan evaluasi terhadap produk opak gambir yang sudah jadi. Pada tahap awal, para pelaku UMKM diminta untuk mencicipi produk opak gambir dengan inovasi varian rasa durian sebagai varian rasa baru. Kemudian, membandingkan rasa tersebut dengan varian rasa sebelumnya. Tahap ini dilakukan pada hari Minggu tanggal 01 Februari 2024.

Tujuan dari adanya pemantauan dan evaluasi ini adalah menggali respon pada pelaku UMKM terhadap pengembangan inovasi terhadap suatu produk yaitu opak gambir guna membantu kami dalam mengembangkan produk olahan opak gambir ini.

HASIL

1. Profil UMKM Desa Durensewu

UMKM merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan perekonomian masyarakat Desa Durensewu. UMKM pengolahan makanan di Desa Durensewu ini sangat berkembang dan beragam, salah satunya yaitu UMKM opak gambir.

Produk opak gambir berlokasi di

Dusun Mendalan, Desa Durensewu. UMKM opak gambir ini merupakan usaha rumahan yang direalisasikan oleh Ibu Rohayah sejak tahun 1995. Opak gambir tersebut diproduksi, dipasarkan serta dikembangkan oleh Ibu Rohayah sendiri. Pemasaran opak gambir tersebut diawali dari lingkungan sekitar di Dusun Mendalan, memperluas disemua dusun di Desa Durensewu sampai luar kota. Varian rasa andalan dari opak gambir, meliputi vanilla, jahe dan durian. Sebelumnya, varian rasa jahe paling digemari oleh Masyarakat Tetapi semenjak ada inovasi varian rasa durian, Pelaku UMKM kebanjiran pesanan dari Masyarakat karena rasa durian dianggap memiliki rasa yang unik dipadukan dengan opak gambir yang bertekstur renyah.

Opak gambir ini telah dikenal oleh masyarakat dari berbagai kota yang tersebar di pulau Jawa. Pelaku UMKM opak gambir mendapatkan banyak pesanan setiap harinya, namun membludak pada bulan Ramadhan dan Lebaran karena dipesan oleh masyarakat dan dibawa mudik ke kampung halaman, sehingga menjadi produk jajanan lokal yang wajib ada ketika Lebaran tiba.

2. Rebranding Produk Opak Gambir

Salah satu tren strategi pemasaran yang saat ini semakin menarik perhatian adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan alat digital (digital marketing). Elemen penting dalam strategi pemasaran di era digital adalah :

- a) Memperluas jangkauan konsumen;
- b) Keramahan penggunaan;
- c) Pesanan lebih cepat;
- d) Biaya relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran offline; dan
- e) Peningkatan laba atas investasi. Modal ini termasuk biaya periklanan dan pemasaran.

Disisi lain, dalam membranding produk terdapat suatu hal yang sangat mempengaruhi penjualan suatu produk, yaitu pemberian kemasan yang menarik

serta label nama maupun logo pada kemasan. Kemasan yang digunakan pada produk ini juga melalui uji coba terlebih dahulu karena bahan opak gambir sendiri mudah hancur dan tidak kuat akan udara dan air. Oleh karena itu kemasan yang dipilih yaitu kemasan plastic yang mampu berdiri atau standing pouch. Sedangkan dalam pemberian label dan logo pada kemasan dibuat dengan semenarik mungkin agar menarik perhatian para pelanggan. Elemen yang tercantum pada label kemasan tersebut memuat nama, logo, komposisi, varian rasa, serta kontak yang bisa dihubungi oleh konsumen apabila ada pesanan maupun complain.



Gambar 3. Contoh kemasan dan label opak gambir.

Berikut beberapa strategi pemasaran UMKM di era digital:

- a. Influencer atau KOL (Key Opinion Leader): Strategi pemasaran dengan merekrut influencer merupakan salah satu tren yang paling populer di era digital karena berpengaruh atas kreativitasnya dalam mempromosikan produk/jasa.
- b. Periklanan Media Sosial (Social Media Ads): Mengingat tren saat ini, media sosial lebih dari sekedar foto yang menampilkan produk dan layanan. Media sosial juga menjadi wadah bagi para pengusaha UMKM untuk beriklan dan terhubung langsung dengan website

pasar/bisnis. Iklan media sosial bekerja dengan menjangkau pengguna media sosial yang belum atau sudah mengetahui tentang bisnis UMKM.

- c. WhatsApp for Business: Pelaku UMKM membuat iklan untuk berbagai macam produk yang tersedia di katalog WhatsApp. Melalui fotografi produk, UMKM dapat memberikan informasi lebih detail tentang cara menggunakan atau membuat produk dan layanan usahanya.

Pengembangan UMKM memerlukan akses permodalan dan inovasi dalam satu produk. Jika keduanya berjalan baik, maka perkembangan UMKM akan stabil, apalagi jika didukung dengan pemasaran produk melalui media online. Memang benar, produk UMKM mampu bersaing dengan perusahaan besar. Inovasi dan pengembangan saling membutuhkan demi keberlangsungan perusahaan yang dijelankannya.

3. Inovasi Pengembangan Produk Opak Gambir Rasa Durian

Produk opak gambir rasa durian merupakan pengembangan produk dengan menambahkan varian rasa durian pada opak gambir dengan tujuan untuk memperluas preferensi pasar dan keunikan lokal. Dengan menerapkan pengembangan produk inovatif tersebut, variani rasa opak gambir rasa durian dapat menarik konsumen dan meningkatkan kualitas produk lokal Durensewu, sehingga dapat dikenal luas dan menjadi produk lokal ciri khas Desa Durensewu.

4. Strategi Pemasaran Opak Gambir

Dalam menjalankan bisnis, tidak hanya mempertimbangkan modal dan laba rugi, tetapi juga strategi pemasaran. Dengan begitu, UMKM dapat berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Pada sosialisasi di Desa Durensewu, disampaikan mengenai strategi pemasaran guna mengembangkan bisnis UMKM sebagai berikut :

- a. Membuat produk yang menarik, dapat dipasarkan, unik dan bermanfaat sehingga memberikan kepuasan pada pelanggan;
- b. Memahami target pasar agar dapat memenuhi keinginan calon pelanggan, karena target pasar tergantung dengan jenis produk UMKM;
- c. Membuat kemasan produk yang unik dan menarik, karena penampilan produk dapat menarik minat calon pelanggan untuk membeli.
- d. Membuat iklan terus menerus, karena periklanan merupakan salah satu strategi untuk mempromosikan produk UMKM kepada Masyarakat;
- e. Menonjolkan keunggulan produk UMKM agar pelanggan dapat dengan mudah mengenali keunggulan produk sehingga menambah minatnya untuk membeli produk tersebut;
- f. Memberikan pelayanan terbaik melalui berbagai factor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, seperti pemberian informasi produk yang terbaik sehingga pelanggan merasa aman dan nyaman, serta membangun kepercayaan terhadap kualitas produk;
- g. Memperluas jaringan bisnis UMKM, karena dapat membantu UMKM dalam mengembangkan bisnisnya agar lebih cepat dikenal Masyarakat;
- h. Membangun hubungan baik dengan pelanggan, seperti bersikap ramah sehingga membuat pelanggan merasa percaya diri untuk mengunjungi rumah produksi.

KESIMPULAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mengembangkan perekonomian nasional, khususnya di daerah pedesaan

dan rumah tangga berpendapatan rendah. Sebagai contoh Desa Durensewu yang memiliki potensi dalam UMKM, terutama pada produksi opak gambir. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, terdapat inovasi dalam pengembangan produk opak gambir dengan varian rasa durian. Kendala yang dihadapi UMKM, seperti strategi pemasaran kurang tepat dan keterbatasan sumber daya manusia sehingga memerlukan upaya pengembangan. Strategi pemasaran digital, pelatihan teknis, dan pemantauan produk menjadi langkah-langkah penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Rebranding produk, penerapan *digital marketing*, dan pelatihan teknis diharapkan dapat meningkatkan penjualan, menciptakan ciri khas produk, dan memberikan dampak positif pada perekonomian Desa Durensewu. Inisiatif ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkenalkan produk lokal secara lebih luas. Dengan strategi yang tepat, diharapkan UMKM opak gambir Desa Durensewu dapat bersaing secara efektif dalam pasar, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung pembangunan ekonomi lokal.

REFERENSI

- Amin, M. S. (2022). E-Commerce Sebagai Pengunkit UMKM. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 56–60. <https://doi.org/10.52622/mejuajujabdimas.v2i1.51>
- Fadilah, B. (2023). *Meningkatkan Potensi Desa melalui pemanfaatan Website Desa Sebagai Wujud Ekonomi Kreatif Desa Genengan Kecamatan Doko Kabupaten Blitar*. 4(3), 208–216.
- Indarti, N., Pradikto, S., & Sobakh, N. (2023). *Pengaruh Usaha Kecil Menengah (UKM) Opak Gambir terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dusun Sentul Desa Winongan Kabupaten Pasuruan*. 4(27), 179–195. <https://doi.org/10.15294/baej.v4i2.69736>
- Nindi Nur Indahsari, kristya D. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja guna Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi pada Industri Rumah Opak Gambir Sekar Mawar Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 5(2), 171–179.
- Puspanantasari, E. (2022). Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Penyuluhan Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Desa Minggirsari, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur. *Universitas*, 204–212.
- Ratnawati, N., Wahyuningtyas, N., Wiradimadja, A., & Desinta Dwi Rapita, F. B. (n.d.). Pemberdayaan Pemuda Desa Dalam Strategi Promosi Digital Kampung Mujair. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, X(X), 1–11.
- Setiani, Slamet, Manshur, F. Al, Sartika, F. S., & Muis, A. (2023).

- Pengelolaan Sdm Untuk Menuju Umkm Tangguh Pada Umkm Atar'S Snack Pasuruan. *Journal Community Service Consortium*, 3(2), 137–142. <https://doi.org/10.37715/consortium.v3i2.4258>
- Tahun 2022, S. N. P. M. I., Penelitian, L., & Pengabdian, D. (2022). Pengembangan Produk Umkm Opak Gambir (Gapit Gulung Bogo Rasa) Di Desa Nglawak Melalui Promosi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan. *Agustus 1945 Surabaya*, 2(1), 599–603.
- Thalib, M. R., & Evanthi, A. (2023). Rebranding Opak Gambir Cahaya Kita Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness Rebranding Of Opak Gambir Cahaya Kita As An Effort To Improve Brand Awareness. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara (JMMN)*, 2(3), 65–78. <https://ejurnal.stipas.ac.id/index.php/jmmn/article/view/171/170>
- Umkm, P. (2023). *Penerapan Pemasaran Digital Melalui Toko Online*. 1(2), 106–117.
- Widayani, A., Normawati, R. A., & Waspada, H. P. (2023). Scale Up Komersialisai Produk Kampung Opak Gambir Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Pesan Visual, Copywriting Dan Seo. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1916. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16948>