

**PENGUATAN UMKM MELALUI IMPLEMENTASI PRODUK LOKAL SABUN
DAUN SIRI DAN KERIPIK DAUN SAWI DESA KALEB
PANTAR TIMUR KAB. ALOR-NTT**

Immanuel Puling

Universitas Tribuana Kalabahi

pulingimmanuel@gmail.com

ABSTRAK

Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan yang memiliki potensi sumber daya alam melimpah. Penelitian ini berfokus pada implementasi produk lokal berupa sabun daun sirih dan keripik daun sawi di Desa Kaleb, Kecamatan Pantar Timur, Kabupaten Alor-NTT. Pemanfaatan daun sirih sebagai bahan baku sabun alami memiliki nilai kesehatan dan kebersihan, sementara inovasi keripik daun sawi menghadirkan produk pangan yang sehat, bergizi, dan memiliki nilai jual. Metode yang digunakan meliputi pendekatan pemberdayaan masyarakat, pelatihan pengolahan, serta pemanfaatan teknologi hingga digital marketing untuk memperluas pasar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat mampu mengembangkan keterampilan produksi, meningkatkan nilai tambah produk lokal, serta memperluas peluang usaha. Dengan demikian, implementasi produk lokal berbasis kearifan lokal ini tidak hanya memperkuat ekonomi masyarakat, tetapi juga mendorong kemandirian desa dan memperkuat identitas budaya lokal.

Kata Kunci: UMKM, produk lokal, sabun daun sirih, keripik daun sawi, Desa Kaleb Alor.

ABSTRACT

Strengthening Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is a crucial strategy for improving community welfare, particularly in rural areas with abundant natural resource potential. This research focuses on the implementation of local products, namely betel leaf soap and mustard green chips, in Kaleb Village, Pantar Timur District, Alor Regency, East Nusa Tenggara (NTT). The use of betel leaves as a raw material for natural soap offers health and hygiene benefits, while the innovation of mustard green chips creates a healthy, nutritious, and marketable food product. The methods used included community empowerment, processing training, and the use of technology and digital marketing to expand the market. The results of the activities indicate that the community is able to develop production skills, increase the added value of local products, and expand business opportunities. Thus, the implementation of these local wisdom-based products not only strengthens the community's economy but also encourages village independence and strengthens local cultural identity.

Keywords: MSMEs, local products, betel leaf soap, mustard green chips, Kaleb Village, Alor

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat perekonomian masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi lokal, tetapi juga menjadi wadah bagi masyarakat untuk mengembangkan kreativitas, meningkatkan pendapatan keluarga, serta membuka lapangan kerja baru. Program satu desa satu produk di tujukan untuk menggali potensi produk unggulan desa, melalui inovasi produk dan pengembangan produk unggulan desa Pemerintah Indonesia melalui berbagai program telah mendorong pengembangan UMKM berbasis potensi lokal agar dapat tumbuh berdaya saing, berkelanjutan, dan memberi manfaat nyata bagi masyarakat (Agustini Tanjung & Leni Novianti, 2024) Desa Kaleb yang terletak di Kecamatan Pantar Timur, Kabupaten Alor–NTT, memiliki potensi alam yang melimpah. Lahan pertanian yang subur, kekayaan hayati, serta tradisi pemanfaatan tanaman obat dan pangan menjadi kekuatan tersendiri bagi masyarakat. Namun, sebagian besar potensi ini masih dimanfaatkan sebatas kebutuhan sehari-hari, tanpa diolah menjadi produk komersial yang berdaya saing. Hal ini menyebabkan nilai ekonominya rendah dan belum mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana (Achmad Zaki Yamani & Arif Wirawan Muhammad, 2019)

Penguatan UMKM melalui implementasi produk lokal merupakan langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat Desa Kaleb. Dengan adanya pendampingan, pelatihan, serta pengelolaan yang tepat, diharapkan produk-produk ini mampu bersaing di pasar lokal maupun regional. Selain itu, pengembangan ini sejalan dengan visi pembangunan ekonomi kerakyatan yang berkelanjutan, dengan tetap menjunjung tinggi nilai budaya, gotong royong, dan kearifan lokal masyarakat.

Salah satu potensi yang dapat dikembangkan adalah daun sirih dan daun sawi. Kedua tanaman ini tumbuh di Desa Kaleb dan sudah dikenal luas

manfaatnya. Daun sirih, misalnya, memiliki khasiat sebagai antiseptik, antibakteri, dan obat tradisional yang sudah digunakan turun-temurun. Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi masyarakat Desa Kaleb dalam pengembangan UMKM, diperlukan adanya intervensi yang terarah, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan lokal.

Salah satu upaya strategis adalah melalui pelaksanaan Program KBPM yang dirancang sebagai bentuk kontribusi nyata mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam penguatan UMKM berbasis kearifan lokal. Program KBPM hadir sebagai jembatan antara dunia akademik dan masyarakat. Mahasiswa tidak hanya dituntut untuk menguasai teori, tetapi juga mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan mereka secara langsung di lapangan. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dapat membantu masyarakat dalam menemukan solusi kreatif dan aplikatif terhadap berbagai kendala yang dihadapi UMKM Desa Kaleb, seperti keterbatasan pengetahuan, teknologi, pemasaran.

UMKM berbasis Produk lokal Sabun Daun Siri memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan, tetapi juga mempromosikan pengelolaan sumber daya alam yang bertanggung jawab dan pembangunan komunitas yang berdaya. Selain daun siri, UMKM di Desa Kaleb yaitu produk Kripik daun Sawi. Penjual memanfaatkan peluang pasar yang terus berkembang, termasuk konsumen yang hampir setiap kali membeli produk luar, dan kehadiran produk lokal kripik daun sawi masyarakat mulai berpikir untuk kembangkan produk tersebut.

Dalam konteks pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal, salah satu tantangan utama yang sering dihadapi adalah rendahnya minat masyarakat dalam memanfaatkan produk lokal. Masyarakat pada umumnya lebih cenderung menggunakan produk komersial yang telah banyak beredar di pasaran. Produk-produk tersebut biasanya diproduksi secara massal oleh industri besar dengan standar kualitas, kemasan, dan strategi pemasaran yang menarik, sehingga mampu mendominasi pilihan konsumen.

Sebaliknya, produk lokal yang dihasilkan oleh UMKM seringkali kurang mendapatkan apresiasi yang memadai. Hal ini tidak semata-mata karena kualitas produk lokal yang rendah, tetapi lebih kepada nilai tambah yang belum

maksimal dalam proses pengolahan, inovasi, dan penyajiannya. Banyak produk lokal yang masih dijual dalam bentuk sederhana, tanpa adanya pengemasan yang menarik, sertifikasi mutu, atau diferensiasi produk yang mampu menambah daya tarik konsumen. Rendahnya nilai tambah ini berdampak langsung terhadap daya saing UMKM di pasar. Konsumen lebih memilih produk komersial karena dianggap lebih praktis, higienis, dan memiliki jaminan mutu. Sementara itu, produk lokal seringkali dipandang kurang modern, tradisional, bahkan dianggap sekadar memenuhi kebutuhan sehari-hari. Persepsi semacam ini menyebabkan UMKM kesulitan untuk meningkatkan permintaan, memperluas jaringan pemasaran, serta menempatkan produk mereka sejajar dengan produk komersial lainnya.

Selain faktor kualitas dan inovasi, rendahnya apresiasi terhadap produk lokal juga disebabkan oleh minimnya literasi masyarakat mengenai pentingnya mendukung ekonomi lokal. Banyak konsumen belum memahami bahwa dengan membeli produk lokal, mereka turut mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat, membuka lapangan kerja baru, dan menjaga keberlangsungan kearifan lokal. Kurangnya kampanye kesadaran serta keterbatasan akses pemasaran juga semakin memperlebar jarak antara produk lokal dengan produk komersial di benak konsumen. Fenomena ini tampak pada pemanfaatan hasil alam seperti daun sirih dan daun sawi. Kedua bahan tersebut selama ini hanya digunakan sebatas kebutuhan rumah tangga tradisional. Padahal, jika diolah menjadi produk inovatif seperti **sabun dari daun sirih** dan **keripik dari daun sawi**, maka nilai tambahnya akan meningkat secara signifikan. Produk ini tidak hanya memiliki potensi pasar yang lebih luas, tetapi juga dapat menjadi identitas khas desa yang membedakan dengan produk komersial lainnya.

Dengan demikian, rendahnya apresiasi masyarakat terhadap produk lokal bukanlah masalah yang berdiri sendiri, melainkan bagian dari rantai permasalahan yang melibatkan kualitas produk, strategi pemasaran, kesadaran konsumen, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, perlu adanya upaya bersama melalui pendampingan, inovasi produk, serta kampanye "cinta produk lokal" agar UMKM dapat berkembang, dihargai, dan menjadi tulang punggung ekonomi yang mandiri serta berkelanjutan.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui edukasi UMKM produk lokal. Edukasi UMKM produk lokal merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola usaha produk lokal (Ahmad Zaenudin& Slamet Bambang Riono.2023) Kegiatan ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti: 1) pengetahuan tentang produk lokal, seperti jenis produk, keunggulan, dan potensi pasar; 2) pengetahuan tentang manajemen usaha, seperti perencanaan, produksi, pemasaran, dan keuangan; 3) pengetahuan tentang teknologi, seperti penggunaan mesin dan peralatan; dan 4) pengetahuan tentang pemasaran digital. Edukasi UMKM produk lokal dapat memberikan berbagai manfaat bagi perempuan, antara lain: meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola usaha, meningkatkan daya saing usaha, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan, dan meningkatkan peran perempuan dalam pembangunan ekonomi desa.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode

Metode Keiatan Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mengacu pada pendekatan partisipatif dengan melibatkan pelaku UMKM, Ibu-ibu PKK Desa KALEB dan masyarakat lokal sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Metode yang digunakan menggabungkan edukasi berbasis pelatihan, pendampingan intensif, serta praktik langsung melalui pendekatan experiential learning, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital dan kemandirian ekonomi mitra sasaran secara berkelanjutan.

1. Tahap Persiapan

- a) Identifikasi Potensi Lokal: Melakukan observasi dan diskusi dengan masyarakat Desa Kaleb untuk memetakan potensi bahan baku (daun sirih dan daun sawi) serta ketersediaannya
- b) Koordinasi dengan Pemerintah Desa: Menyusun rencana kerja bersama perangkat desa, tokoh masyarakat, dan kelompok UMKM lokal.
- c) Pembentukan Kelompok UMKM: Membentuk kelompok kerja (pokja) yang terdiri dari perwakilan masyarakat sebagai pelaku utama produksi.

2. Tahap Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas

- Pelatihan Produksi Sabun Daun Sirih:
 - a) Pengenalan manfaat dan kandungan daun sirih.

- b) Teknik pembuatan sabun herbal (proses saponifikasi, pencampuran bahan, dan pencetakan).
 - c) Standarisasi kualitas produk (aroma, tekstur, dan daya tahan).
- Pelatihan Produksi Keripik Daun Sawi:
 - a) Pengenalan kandungan gizi daun sawi.
 - b) Teknik pengolahan keripik (perendaman, pelapisan tepung, penggorengan, dan pengemasan).
 - c) Uji cita rasa dan ketahanan produk.
- 2. Tahap Produksi
 - a) Produksi Uji Coba: Melaksanakan uji coba pembuatan sabun daun sirih dan keripik daun sawi secara terbatas untuk menilai kualitas produk.
 - b) Produksi Massal: Setelah produk uji coba memenuhi standar, dilakukan produksi dalam jumlah lebih banyak untuk kebutuhan pemasaran.
 - c) Standarisasi Produk: Melakukan uji organoleptik (untuk keripik), uji kelayakan, dan pencatatan bahan baku agar kualitas tetap konsisten.
- 3. Tahap Pengemasan dan Branding
 - a) Mendesain kemasan produk yang menarik, higienis, dan ramah lingkungan.
 - b) Memberikan label produk dengan identitas khas Desa Kaleb (misalnya: “Produk Lokal Kaleb”).
 - c) Membuat strategi branding melalui media sosial, pameran lokal, dan jejaring UMKM kabupaten.
- 4. Tahap Pemasaran
 - a) Pemasaran Lokal: Menjual produk di pasar desa, warung, dan acara desa.
 - b) Pemasaran Regional: Menjalin kerja sama dengan toko oleh-oleh, koperasi, dan UMKM lain di Kabupaten Alor.
 - c) Pemasaran Digital: Memanfaatkan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok) serta platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar.



2. Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan pelatihan pembuatan Sabun Daun Siri Dan Kripik Daun Sawi melibatkan Penurus PKK dan Unsur pemerinta desa Kaleb Pantar Timur Kab.Alor Nusa Tenggara Timur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan asil peneamatan pembuatan Sabun Daun Siri dan Keripik Daun Sawi di Desa Kaleb Pantar Timur diperoleh asil sebagai berikut:

- 1) Masyarakat desa kaleb pantar timur merasa terbantuan dengan kehadiran mahasiswa KBPM Unrib Kalabai dalam mengelola produk lokal yang berada di tempat
- 2) Masyarakat dan pemerintah desa termasuk ibu-ibu PKK Desa Kaleb Pantar Timur memahami proses pembuatan serta cara memasarkan produk unggulan desa .
- 3) masyarakat kini tidak mengalami kesulitan dalam mempromosikan produk lokal hasil olahan. Melalui pemanfaatan media digital , produk lokal dapat dikenal lebih luas, tidak hanya di tingkat daerah tetapi juga hingga ke pasar nasional bahkan internasional.

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan ini berjalan secara lancar. Hal ini dikarenakan komunikasi yang baik antara pemerintah desa, Mahasiswa KBPM Untrib dan masyarakat sangat antusias dalam melakukan kegiatan serta memberikan penguatan terkait dengan produk lokal yang berada di desa.

KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat mahasiswa KBPM Untrib Kalabahi menunjukkan bahwa Penguatan UMKM melalui implementasi produk lokal berupa sabun daun sirih dan keripik daun sawi di Desa Kaleb, Kecamatan Pantar Timur, Kabupaten Alor-NTT, merupakan langkah strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat berbasis potensi lokal. Pemanfaatan bahan baku alami yang mudah diperoleh tidak hanya mendukung kemandirian masyarakat, tetapi juga memberikan nilai tambah pada produk lokal. Dengan adanya inovasi, dukungan teknologi, serta strategi pemasaran yang tepat, produk sabun daun sirih dan keripik daun sawi berpotensi menjadi unggulan desa yang mampu bersaing di pasar lebih luas,

sekaligus mendorong kemandirian ekonomi, membuka lapangan kerja baru serta melestarikan budaya lokal.

SARAN

Bagi Pelaku UMKM diharapkan dapat terus meningkatkan motivasi dan memanfaatkan sumber daya yang ada, konsisten dalam meningkatkan kualitas produk lokal dan dapat bekerjasama dengan instansi terkait untuk mengembangkan produk yang sudah ada. Bagi Masyarakat Desa Kaleb Pantar Timur Kab.Alor Kegiatan yang sudah diberikan dalam kegiatan program kerja ini agar dapat di manfaatkan dan dapat bekerjasama dengan pihak UMKM setempat dalam menciptakan sinergi usaha yang berkelanjutan. Bagi Aparatur Desa dan Pelaksana Kebijakan Desa dan dukungan kepada UMKM dan masyarakat agar dapat memotivasi masyarakat yang lain bisa membangun UMKM lainnya. Terim kasih

DAFTAR PUSTAKA

- (Menteri Kesehatan, 2014). (2024). *PENGEMBANGAN USAHA PRODUK UNGGULAN DAERAH OVOP (ONE PRODUCT ONE VILLAGE): SAMBAL PATIN DESA CIPAYUNG CIKARANG TIMUR*. 3(February), 4–6.
- Erlanda, Yola, and Ghulam Maulana Ilman. "Optimalisasi Potensi Ekonomi Lokal: Strategi Penguatan Dan Implikasi Positif Peran Umkm Kelurahan Made Kota Surabaya." *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA* 2.2 (2024): 179-188.
- Zaenudin, Ahmad, et al. "Penguatan Peran Perempuan dalam Menggerakkan Ekonomi Desa melalui Edukasi UMKM Produk Lokal." *Era Abdimas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin* 1.4 (2023): 1-14.
- Latiep, Ifah Finatry, et al. "Penguatan Ekonomi Lokal Melalui Pemberdayaan Digital dan Strategi Inovatif untuk UMKM dan Masyarakat Mandiri." *Journal of Career Development* 2.2 (2024).
- Yamani, Achmad Zaki, Arif Wirawan Muhammad, and Muhammad Nur Faiz. "penguatan ekonomi lokal pada pelaku UMKM berbasis digital di Desa Winduaji Kabupaten Brebes." *Madani: Indonesian Journal of Civil Society* 1.1 (2019): 24-28.