



Inovasi Produk Olahan Ubi Jalar sebagai Upaya Peningkatan Nilai Ekonomi Lokal: Studi Kasus Usaha Keripik Lame Kalolo



H. Sandi^{*1}, Zhafira Dzalsabila², Dewi Amawati³, Juliania⁴, Reva Nabila⁵, A. Kalista⁶, Sabda Ilahi⁷, Yuda Alpiranda⁸

¹⁻⁸Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bone, Bone, Indonesia

sandidila261@gmail.com^{1*}, zhafiradzalsaidazhafira@gmail.com², ilahisabda238@gmail.com³, yudhaalpiranda@gmail.com⁴, julianabone637@gmail.com⁵, dewiasmawati585@gmail.com⁶, revanabila88@gmal.com⁷, andikalista6@gmail.com⁸

Submission 2025-11-30
Review 2025-12-31
Publication 2026-01-17

ABSTRAK

Kegiatan praktik kewirausahaan ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha mahasiswa melalui pengembangan produk olahan pangan lokal berbasis ubi jalar. Produk yang dihasilkan, yaitu Keripik Lame Kalolo, merupakan inovasi camilan sehat yang memanfaatkan potensi hasil pertanian daerah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi. Proses produksi dilakukan pada skala rumah tangga dengan memperhatikan standar kebersihan, pemilihan bahan baku berkualitas, serta penggunaan kemasan yang menarik. Strategi pemasaran dilakukan secara langsung dan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Kegiatan ini juga melibatkan kemitraan dengan petani lokal sebagai pemasok bahan baku, serta dukungan dari rekan mahasiswa dalam proses distribusi dan promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa usaha ini mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp180.000 dari modal awal Rp70.000, dengan total penjualan 50 bungkus produk dalam satu periode produksi. Melalui kegiatan ini, mahasiswa memperoleh pengalaman nyata dalam merancang, memproduksi, dan memasarkan produk, sekaligus mendukung program diversifikasi pangan dan pemberdayaan ekonomi lokal. Dengan demikian, praktik kewirausahaan ini terbukti efektif sebagai sarana pembelajaran aplikatif yang mengintegrasikan teori dengan praktik lapangan dalam bidang kewirausahaan.

Kata Kunci: *kewirausahaan mahasiswa; ubi jalar; inovasi produk; keripik; ekonomi lokal*

PENDAHULUAN

Ubi jalar (*Ipomoea batatas* L.) merupakan salah satu komoditas pangan lokal yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Indonesia karena kandungan gizinya yang tinggi serta kemampuannya tumbuh di berbagai kondisi agroklimat. Tanaman ini mengandung karbohidrat kompleks, serat, vitamin, dan mineral yang penting bagi kesehatan, sehingga berpotensi menjadi sumber pangan alternatif dalam mendukung ketahanan pangan nasional (Turrahmi et al., 2021). Namun demikian, pemanfaatan ubi jalar oleh masyarakat masih terbatas pada olahan tradisional seperti direbus, dikukus, atau digoreng tanpa inovasi pengolahan yang memberikan nilai tambah. Kondisi ini menyebabkan hasil panen ubi jalar sering kali kurang bernilai ekonomi tinggi dan belum memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani (Kemalasari et al., 2025).

Upaya peningkatan nilai ekonomi produk pertanian dapat dilakukan melalui inovasi pengolahan pangan lokal. Inovasi dalam bentuk diversifikasi produk pangan menjadi strategi penting untuk mengoptimalkan potensi sumber daya lokal sekaligus memperluas peluang usaha mikro dan menengah (Sutrisno et al., 2023). Melalui pendekatan ini, bahan pangan sederhana seperti ubi jalar dapat diolah menjadi produk modern yang memiliki daya tarik konsumen dan nilai jual yang lebih tinggi. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah pengembangan produk Keripik Lame Kalolo, yakni camilan olahan ubi jalar yang diproduksi secara higienis, memiliki variasi rasa, serta dikemas secara menarik untuk meningkatkan daya saing produk lokal.

Kegiatan praktik kewirausahaan mahasiswa dalam pengembangan Keripik Lame Kalolo menjadi media pembelajaran aplikatif untuk menumbuhkan jiwa wirausaha dan kemampuan manajerial mahasiswa. Melalui kegiatan ini, mahasiswa terlibat langsung dalam proses produksi, pengemasan, pemasaran, dan kerja sama dengan petani lokal sebagai penyedia bahan baku. Selain memberikan pengalaman praktis dalam pengelolaan usaha kecil, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar (Hamdiah et al., 2025). Lebih lanjut, strategi pemasaran berbasis digital melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram membantu memperluas jangkauan pasar dengan biaya promosi yang efisien (Fitriana et al., 2023).

Dengan demikian, pengabdian ini bertujuan untuk mendeskripsikan inovasi produk olahan ubi jalar melalui studi kasus usaha Keripik Lame Kalolo sebagai upaya peningkatan nilai ekonomi lokal. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan kewirausahaan berbasis potensi daerah serta menjadi model praktik pembelajaran kewirausahaan yang berkelanjutan di lingkungan perguruan tinggi.

METODE

Pengabdian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada usaha Keripik Lame Kalolo. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam proses inovasi produk olahan ubi jalar sebagai upaya peningkatan nilai ekonomi lokal. Pengabdian deskriptif memungkinkan peneliti menggambarkan fenomena kewirausahaan secara faktual berdasarkan kondisi nyata di lapangan (Sugiyono, 2022).

A. Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Kalolo, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, pada bulan Oktober 2025. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi bahan baku ubi jalar yang melimpah dan didukung oleh partisipasi aktif masyarakat lokal dalam kegiatan usaha mikro.

B. Subjek dan Objek pengabdian

Subjek dalam pengabdian ini adalah mahasiswa pelaksana kegiatan kewirausahaan dari Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Universitas Muhammadiyah Bone, sedangkan objek pengabdian adalah proses inovasi dan pengembangan produk *Keripik Lame Kalolo*.

C. Tahapan Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Perencanaan dan Persiapan Produksi

Tahap ini meliputi identifikasi potensi bahan baku lokal, survei kebutuhan konsumen, dan penentuan strategi produksi. Pemilihan bahan baku dilakukan dengan mempertimbangkan kualitas ubi jalar lokal yang memiliki kadar air rendah dan tekstur padat untuk menghasilkan keripik yang renyah.

2. Proses Produksi dan Inovasi Produk

Proses produksi dilakukan secara sederhana namun higienis dengan tahapan pengupasan, pengirisan, perendaman, pengeringan, penggorengan, dan penambahan bumbu. Inovasi dikembangkan melalui variasi rasa seperti original dan balado, serta desain kemasan yang menarik. Menurut (Rahayu et al., 2023), inovasi produk dan desain kemasan yang kreatif menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk pangan lokal.

3. Pemasaran dan Promosi Produk

Pemasaran dilakukan melalui dua saluran utama, yaitu penjualan langsung (offline) di lingkungan kampus dan masyarakat sekitar, serta pemasaran digital melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Strategi ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar UMKM berbasis lokal (Yulianti & Siregar, 2022).

4. Evaluasi dan Analisis Keberhasilan Usaha

Evaluasi dilakukan dengan menghitung biaya produksi, pendapatan, dan laba bersih yang diperoleh selama periode kegiatan. Selain itu, dilakukan observasi terhadap respon konsumen dan tingkat kepuasan pelanggan. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menilai efektivitas kegiatan terhadap peningkatan nilai ekonomi produk ubi jalar (Mulyadi, 2021).

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, dokumentasi, dan pencatatan laporan keuangan sederhana. Observasi digunakan untuk mengetahui proses produksi dan strategi pemasaran, sedangkan wawancara dilakukan kepada mahasiswa pelaksana dan konsumen untuk mengetahui respon terhadap produk. Dokumentasi mencakup foto kegiatan, bukti transaksi penjualan, serta kemasan produk.

E. Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2020). Data kualitatif dianalisis secara tematik, sedangkan data kuantitatif sederhana seperti laba dan biaya produksi disajikan dalam bentuk deskriptif-komparatif untuk menunjukkan peningkatan nilai ekonomi hasil olahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Produksi

Pada tahap awal pembuatan keripik lame kalolo terbatas maka pembuatannya ada pada skala rumahan. Dalam pembuatan produk ini biasanya dilakukan di sore atau malam hari untuk kemudian dijual di keesokan harinya, bahan-bahan dibeli sehari sebelumnya agar tetap segar. Beberapa bahan dan peralatan yang digunakan berikut ini :

a. Bahan-bahan

Tabel 1. Bahan-bahan pembuatan kripik lame kalolo

No.	Bahan	Ukuran	Harga
1	Minyak Kita	1 liter	Rp. 20.000
2	Plastik	1 Bungkus	Rp. 10.000
3	Ubi Jalar	1 Kg	Rp. 20.000
4	Bumbu Balado	1 pcs	Rp. 6.000
	Total		Rp. 56.000

b. Peralatan

1. Alat penggorengan
2. Baskom
3. Pisau
4. Peeler
5. Nampan/Baki

c. Prosedur

1. Pemilihan Bahan Baku Pilih ubi jalar yang segar, matang, dan tidak busuk untuk menghasilkan keripik yang renyah dan berkualitas.
2. Pengupasan dan Pengirisan Kupas kulit ubi jalar, lalu iris tipis menggunakan pisau atau alat pengiris secara manual agar ketebalan irisan seragam.
3. Perendaman Rendam irisan ubi jalar dalam air garam selama kurang lebih 30 menit untuk mengurangi kadar pati dan mencegah perubahan warna.
4. Pengeringan Tiriskan irisan ubi jalar, kemudian dikeringkan di bawah sinar matahari atau menggunakan oven pengering hingga kadar air berkurang dan tekstur agak kering.
5. Penggorengan Goreng irisan ubi jalar dalam minyak panas dengan suhu yang dikontrol agar keripik matang merata dan renyah.
6. Pemberian Bumbu

Varian Original: Taburi garam secukupnya setelah keripik ditiriskan dari minyak.

Varian Balado: Campurkan keripik panas dengan bumbu balado sehingga bumbu menempel merata pada permukaan keripik.

7. Pendinginan dan Pengemasan Biarkan keripik mendingin hingga suhu ruang, kemudian kemas dalam plastik atau wadah kedap udara untuk menjaga kerenyahan dan kesegarannya.

B. Pemasaran

Pemasaran keripik lame kalolo dilakukan melalui pendekatan langsung maupun tidak langsung agar produk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Pada tahap awal, penjualan difokuskan dalam skala kecil melalui penjualan langsung di lingkungan sekitar, seperti teman-teman disekitar rumah, teman-teman mahasiswa, serta jaringan relasi pribadi. Selain itu, media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan dimanfaatkan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Produk ini dipasarkan dengan menunjukkan keunggulan, yaitu rasa yang gurih dan renyah, pilihan varian rasa (original dan balado), serta kemasan yang menarik dan higienis. Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi,

kualitas produk, dan harga pasar agar tetap kompetitif dan menguntungkan. Promosi juga dilakukan melalui uji rasa gratis, untuk menarik konsumen baru sekaligus membangun loyalitas pelanggan. Strategi pemasaran ini bertujuan agar keripik lame kalolo dikenal sebagai camilan sehat, berkualitas, dan menjadi produk lokal unggulan yang diminati berbagai kalangan.

Setiap jenis usaha sudah tidak asing lagi ditemukan kerugian maupun keuntungan namun dalam jenis usaha apapun itu yang keuntungan merupakan kejaran dari semua jenis usaha namun keuntungan maupun kerugian semua digantungkan pada penetapan harga yang ditawarkan.

Penetapan harga dalam sebuah produk kami, yaitu kami sesuaikan dengan harga produksi dan harga lainnya dalam hal ini kebutuhan yang tidak terduga. Juga kami tentukan sebuah harga yang mampu dijangkau oleh kantong konsumen kami seperti mahasiswa maupun pelajar, dan harga setiap pembelian 1 Pcs produk kami mulai dari Rp.5,000 (Keripik Lame Kalolo Original) sampai Rp.10,000 (Keripik Lame Kalolo Balado).

C. Kemitraan

Dalam proses pengembangan produk Keripik Lame Kalolo, kemitraan memegang peranan penting dalam menjaga keberlanjutan produksi sekaligus meningkatkan daya saing di pasar. Bentuk kerja sama yang dilakukan mencakup kolaborasi dengan petani lokal sebagai penyedia utama bahan baku berupa ubi jalar berkualitas. Melalui kemitraan ini, pelaku usaha dapat memperoleh pasokan bahan baku yang stabil baik dari segi jumlah maupun harga, sedangkan petani memperoleh kepastian pasar bagi hasil pertaniannya. Selain itu, kerja sama juga dijalankan dengan usaha kecil lainnya, seperti produsen kemasan dan distributor setempat, untuk menunjang proses pengemasan serta memperluas jangkauan pemasaran. Di bidang promosi dan penyaluran produk, kolaborasi dilakukan bersama teman mahasiswa, teman di lingkungan sekitar rumah kami, juga penjualan online agar produk lebih dikenal masyarakat luas. Dengan adanya pola kemitraan yang terjalin ini, tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara produsen, mitra usaha, dan konsumen, serta berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal melalui pemanfaatan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah.

D. Keuangan

Dalam berwirausaha modal juga merupakan yang sangat penting untuk disediakan, dalam artian dari mana saja penghasilan kami untuk kemudian kami buat sebuah produk untuk dipasarkan. Modal awal yang kami peroleh yaitu dari kontribusi teman kelompok kami yang totalnya sekitar Rp.70,000,- Adapun rinciannya sebagai berikut.

Tabel 2. Rincian Keuangan

No.	Nama	Rincian
1.	Zhafira Dzalsabila	Rp. 10.000
2.	Dewi Asmawati	Rp. 10.000
3.	Juliana	Rp. 10.000
4.	Reva Nabila	Rp. 10.000
5.	Kalista	Rp. 10.000
6.	Sabda Ilahi	Rp. 10.000
7.	Yuda Alpiranda	Rp. 10.000

E. Laporan Perhitungan Laba-Rugi

- Laporan Perhitungan laba-rugi periode 16 Oktober s/d 20 Oktober 2025
Penjualan 50 bungku keripik lame kalolo @ Rp. 5.000,00 (50) Rp. 250.000

Hasil Penjualan Bersih	Rp. 250.000
➤ Total pembelian bahan	Rp. 56.000
Biaya produksi pembantu	
Lain-lain	Rp. 14.000
➤ Total harga produksi & pembelian bahan	Rp. 70.000
➤ Total hasil penjualan	Rp. 250.000
➤ Total laba bersih	
Total Pemasukan (<i>Income</i>)	Rp. 250.000
Total Pengeluaran (<i>Outcome</i>)	<u>Rp. 70.000</u>
Hasil laba bersih	Rp. 180.000

KESIMPULAN

Kegiatan inovasi produk olahan ubi jalar melalui usaha Keripik Lame Kalolo membuktikan bahwa pengolahan bahan pangan lokal dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan nilai ekonomi masyarakat serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Melalui proses produksi yang higienis, pemilihan bahan baku berkualitas, inovasi rasa, dan kemasan menarik, produk ini mampu memberikan nilai tambah bagi komoditas ubi jalar yang sebelumnya bernilai ekonomi rendah. Penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial juga terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Selain menghasilkan keuntungan finansial dengan laba bersih sebesar Rp180.000 dari modal awal Rp70.000, kegiatan ini turut memperkuat kolaborasi antara mahasiswa dan petani lokal sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat. Secara keseluruhan, Keripik Lame Kalolo menjadi contoh nyata bahwa inovasi produk pangan lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan dalam mendukung diversifikasi pangan dan penguatan ekonomi daerah berbasis potensi lokal.

REFERENSI

- Fitriana, N., Clarita, D., & S. A. O. C. M. (2023). Pemanfaatan Whatsapp Business dan Instagram Business sebagai media promosi UKM di kelurahan Sialang Sakti. *ABSYARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 20–27. <https://doi.org/10.29408/ab.v4i1.6770>
- Hamdiah, H., Sukmawati, A., Pasaribu, T. T., Adila, A. P., & Kurniawan, N. S. H. (2025). Pendampingan Usaha Pemula untuk Peningkatan Kualitas Produk dan Promosi Digital di Desa Ladang Panjang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6294–6297. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2826>
- Kemalasari, Y. A., Safira, F., & Prameswari, D. A. (2025). Peningkatan Nilai Tambah dan Optimalisasi Pengelolaan Ubi Gincu dalam Mendukung Ketahanan Pangan Masyarakat. *I-Com Indonesian Community Journal*, 5(3), 1720–1730. <https://doi.org/10.70609/i-com.v5i3.8012>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Mulyadi. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Alfabeta.
- Rahayu, T., Ramadhani, F., & Ningsih, D. (2023). Inovasi Produk dan Pengemasan sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pangan Lokal. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 45–56.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, E., Dewi, D. O., Ariani, M., Sayekti, W. D., Lestari, D. A. H., Syafani, T. S., Triyanti,

- R., Wijaya, R. A., Zamroni, A., Ramadhan, A., Apriliani, T., Huda, H. M., Pramoda, R., Pramono, L. H., Koeshendrajana, S., Anggraeni, A., Yuniaty, R., Silalahi, M., Irwandi, A., ... Hassanah, I. F. (2023). Diversifikasi Pangan Lokal untuk Ketahanan Pangan: Perspektif Ekonomi, Sosial, dan Budaya. In *Penerbit BRIN eBooks*. <https://doi.org/10.55981/brin.918>
- Turrahmi, M., Nurhidayani, N., Hasyimuddin, H., & Pabendon, M. B. (2021). Uji kualitas dan kuantitas tanaman jewawut (setaria italic) di Balai Penelitian Tanaman Serealia Kabupaten Maros. *Filogeni Jurnal Mahasiswa Biologi*, 1(2), 57–62. <https://doi.org/10.24252/filogeni.v1i2.23803>
- Yulianti, L., & Siregar, R. (2022). Digital Marketing Strategy for Local Food-Based Small Enterprises. *Journal of Business and Entrepreneurship Studies*, 5(2), 78–89.