

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI DIVERSIFIKASI OLAHAN SINGKONG SEBAGAI PRODUK UMKM BERNILAI EKONOMI DI DESA BAWU

Ahnaf Daffa Aura Rumi^{1*}, Pradipa Affan Seilendra², Muhammad Cahyo Prayogo³, Brilianti Binugraheni⁴, Unna Ria Safitri⁵, Yusuf Eko Rohmadi⁶, Benedict Kurniawan⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Boyolali, Indonesia

¹ahnafdaffa2022@gmail.com, ²affanseilendra19@gmail.com,

³muhammadcahyoprayer@gmail.com; ⁴binugrahenibrilianti22@gmail.com;

⁵unnaria68@gmail.com, ⁶fita.yer@gmail.com; ⁷bensoe.k805@gmail.com

*Corresponding Author

Info Artikel

Pengajuan : 20-08-2026
Peninjauan : 13-09-2026
Revisi : 20-09-2026
Diterima : 27-09-2026
Diterbitkan : 28-09-2026

Kata Kunci:

Diversifikasi produk,
Pemberdayaan masyarakat,
Singkong

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam mengolah singkong menjadi produk bernilai tambah serta memperkenalkan Boomava (Cassava Lava Boom) sebagai alternatif produk UMKM berbasis potensi lokal di Dusun Blendung, Desa Bawu, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan langsung dan partisipatif melalui pengamatan, diskusi, demonstrasi, praktik kolaboratif, pengenalan branding, simulasi biaya produksi dan harga jual, serta evaluasi menggunakan pretest-posttest sederhana dan pengamatan keterampilan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi, demonstrasi, dan praktik memberikan pengalaman kepada masyarakat dalam diversifikasi olahan singkong, pengembangan identitas produk, serta pemahaman dasar mengenai biaya produksi dan pemasaran. Berdasarkan data simulasi, rata-rata skor pengetahuan meningkat dari 50,0 menjadi 79,2, sedangkan rata-rata skor keterampilan meningkat dari 49,8 menjadi 80,2. Simulasi biaya produksi Boomava juga menunjukkan adanya potensi nilai tambah dengan biaya produksi sebesar Rp200.000, penerimaan sebesar Rp320.000, dan keuntungan kotor sebesar Rp120.000 dari 40 kemasan dengan harga jual Rp8.000 per kemasan. Simpulan pengabdian menunjukkan bahwa diversifikasi olahan singkong melalui Boomava dapat menjadi sarana awal pemberdayaan masyarakat dan pengembangan produk UMKM berbasis potensi lokal, tetapi keberlanjutannya memerlukan pendampingan dalam aspek kualitas produk, kemasan, legalitas, pencatatan keuangan, pemasaran digital, dan pengujian pasar.

How to Cite : Rumi, A. D. A., Seilendra, P. A., Prayogo, M. C., Binugraheni, B., Safitri, U. R., Rohmadi, Y. E., & Kurniawan, B. (2026). Pemberdayaan Masyarakat melalui Diversifikasi Olahan Singkong sebagai Produk UMKM Bernilai Ekonomi di Desa Bawu. 3(3), 508-517

DOI : 10.70248/jpmebd.v3i3.4541.

This is an open access article under <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Copyright© 2026 by Author. Published by Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri



PENDAHULUAN

Singkong merupakan salah satu komoditas pangan lokal yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan bernilai tambah. Namun, pemanfaatan singkong di tingkat masyarakat masih sering terbatas pada pengolahan sederhana sehingga variasi produk dan nilai ekonomi yang dihasilkan belum optimal. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam melakukan diversifikasi olahan singkong menjadi salah satu faktor yang menyebabkan potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal.

Pemberdayaan masyarakat melalui diversifikasi produk olahan singkong dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan keterampilan sekaligus mendorong pemanfaatan bahan pangan lokal menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi (Habsyi et al., 2022). Kegiatan pengolahan singkong juga dapat diarahkan pada pengembangan produk yang lebih beragam dan memiliki peluang untuk dipasarkan sebagai bagian dari penguatan usaha masyarakat. Upaya serupa melalui pengolahan singkong menjadi produk seperti mocaf menunjukkan bahwa pemanfaatan hasil pertanian melalui pengolahan dapat menjadi bagian dari kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan potensi lokal (Batubara et al., 2024).

Diversifikasi produk olahan singkong tidak hanya berkaitan dengan proses pengolahan, tetapi juga dengan peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengembangkan produk menjadi kegiatan usaha. Pelatihan dan pendampingan pembuatan produk olahan singkong dapat memberikan pengalaman kepada masyarakat dalam proses produksi sekaligus memperkenalkan pengelolaan usaha sederhana (Ilmi et al., 2022). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan produk berbahan dasar singkong juga dapat diarahkan pada pembentukan usaha yang memanfaatkan bahan baku lokal dan memberikan alternatif kegiatan ekonomi bagi masyarakat. Salah satu bentuk kegiatan yang dapat dikembangkan adalah pelatihan pembuatan produk olahan singkong sebagai bagian dari pengenalan peluang usaha berbasis potensi lokal (Maksum et al., 2023). Selain itu, kegiatan pemberdayaan berbasis olahan singkong dapat dikembangkan dengan memperkenalkan produk yang memiliki karakteristik dan identitas tersendiri sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen (Muhtadi et al., 2024).

Pengembangan produk UMKM membutuhkan perhatian tidak hanya pada kemampuan produksi, tetapi juga pada inovasi dan penciptaan nilai bagi konsumen. Inovasi produk dapat menjadi bagian penting dalam pengembangan UMKM karena memungkinkan pelaku usaha menghasilkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan selera pasar. Hubungan antara inovasi produk, penciptaan nilai bersama, dan kinerja pemasaran menunjukkan bahwa pengembangan produk perlu diikuti dengan upaya menciptakan nilai yang relevan bagi konsumen (Rahmawati & Novani, 2021). Oleh karena itu, diversifikasi olahan singkong dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat perlu diarahkan tidak hanya pada kemampuan membuat produk, tetapi juga pada kemampuan mengenali karakteristik produk dan peluang pengembangannya sebagai usaha.

Selain inovasi produk, pengembangan UMKM perlu didukung oleh kemampuan membangun identitas dan merek produk. Branding menjadi bagian penting dalam memperkenalkan produk kepada konsumen karena dapat memberikan identitas dan pembeda terhadap produk yang ditawarkan. Pelatihan branding pada UMKM dapat membantu pelaku usaha memahami pentingnya identitas produk serta cara memperkenalkan produk kepada konsumen (Ramadhani & Raharjo, 2023). Penguatan identitas produk juga perlu didukung dengan kemasan dan informasi produk yang sesuai agar produk olahan pangan memiliki tampilan yang lebih menarik dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen. Dengan demikian, pengembangan produk olahan singkong perlu memperhatikan keterpaduan antara kualitas produk, identitas merek, kemasan, dan strategi pemasaran.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran. Media sosial dan marketplace dapat digunakan sebagai sarana promosi dan pemasaran sehingga produk masyarakat tidak hanya dipasarkan secara langsung di lingkungan sekitar. Pelatihan digital marketing kepada masyarakat dapat meningkatkan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk mengoptimalkan pemasaran produk UMKM (Jariyah et al., 2024). Pemanfaatan digital marketing juga dapat mendukung pengembangan UMKM berbasis teknologi dengan memperluas akses terhadap calon konsumen (Lubis et al., 2024). Pendampingan digital marketing pada UMKM di kawasan wisata juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital dapat digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran produk masyarakat dan memperluas jangkauan promosi (Rahayu et al., 2024). Oleh karena itu, pengenalan pemasaran digital menjadi salah satu aspek yang relevan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis pengembangan produk UMKM.

Pengembangan produk berbasis singkong juga perlu memperhatikan keberlanjutan usaha dan kemampuan masyarakat dalam mengelola hasil produksi. Produk olahan singkong yang dikembangkan sebagai UMKM perlu didukung dengan pemahaman mengenai biaya produksi, harga jual, pencatatan transaksi, serta strategi pemasaran. Pengembangan usaha berbasis pangan lokal dapat diarahkan secara bertahap mulai dari peningkatan keterampilan produksi, pengembangan produk, pembentukan identitas merek, hingga pengenalan pemasaran. Dengan pendekatan tersebut, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan mengolah bahan baku, tetapi juga mendapatkan pemahaman mengenai tahapan dasar pengembangan produk menjadi kegiatan usaha.

Desa Bawu, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali memiliki potensi singkong yang dapat dikembangkan menjadi produk olahan dengan nilai tambah. Salah satu alternatif yang diperkenalkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah Boomava (Cassava Lava Boom), yaitu produk olahan singkong yang dikembangkan dengan memperhatikan aspek diversifikasi produk, identitas merek, kemasan, serta potensi pemasaran. Pemilihan singkong sebagai bahan baku didasarkan pada pertimbangan bahwa komoditas tersebut dapat dikembangkan melalui pengolahan menjadi produk yang lebih beragam sehingga tidak hanya dijual dalam bentuk bahan mentah.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam mengolah singkong menjadi produk bernilai tambah melalui diversifikasi produk Boomava. Kegiatan juga diarahkan pada pengenalan branding, pengemasan, pemasaran, serta pemahaman dasar mengenai biaya produksi dan harga jual. Melalui pendekatan langsung dan partisipatif, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengalaman kepada masyarakat dalam mengembangkan produk olahan singkong sebagai salah satu alternatif awal pengembangan UMKM berbasis potensi lokal.

METODE KEGAITAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Dusun Blendung, Desa Bawu, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali sebagai bagian dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Kegiatan menggunakan pendekatan langsung dan

partisipatif dengan melibatkan masyarakat dalam proses pengenalan potensi singkong, pengolahan produk, pengembangan identitas produk, serta pengenalan dasar pengelolaan usaha. Pendekatan partisipatif digunakan agar masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat secara langsung dalam proses demonstrasi dan praktik pengolahan singkong menjadi produk Boomava (Cassava Lava Boom). Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pengamatan dan interaksi bersama masyarakat untuk mengenali potensi pemanfaatan singkong sebagai bahan pangan lokal serta memahami kebutuhan pengembangan produk. Selanjutnya diberikan penyampaian materi mengenai diversifikasi olahan singkong dan pemanfaatan bahan lokal menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Materi disampaikan melalui penjelasan dan diskusi dengan bahasa yang sederhana agar dapat dipahami dan dikaitkan dengan kondisi masyarakat. Pada tahap ini juga diperkenalkan Boomava sebagai contoh produk olahan singkong yang dapat dikembangkan menjadi alternatif produk UMKM.

Tahap berikutnya berupa demonstrasi dan praktik pembuatan Boomava. Demonstrasi dilakukan dengan memperlihatkan proses pengolahan secara langsung, mulai dari persiapan bahan hingga penyelesaian produk. Setelah demonstrasi, masyarakat diberikan kesempatan untuk melakukan praktik secara kolaboratif dengan bimbingan mahasiswa. Praktik diarahkan pada kemampuan menyiapkan bahan, mengikuti tahapan pengolahan, menjaga kebersihan selama proses, menyelesaikan produk, dan melakukan pengemasan. Kegiatan praktik digunakan sebagai sarana untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta sehingga keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan kembali setelah kegiatan selesai. Setelah kegiatan pengolahan, masyarakat diberikan pengenalan mengenai branding produk melalui identitas Boomava. Materi mencakup pengenalan nama produk, kemasan, informasi produk, dan cara memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Pembahasan branding dikaitkan dengan pemasaran produk secara langsung maupun melalui media digital. Selain itu, masyarakat diperkenalkan pada dasar perhitungan biaya produksi dan harga jual untuk memberikan pemahaman mengenai hubungan antara biaya yang dikeluarkan, jumlah produk yang dihasilkan, harga jual, penerimaan, dan keuntungan kotor.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara deskriptif untuk melihat perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan. Evaluasi pengetahuan dilakukan melalui perbandingan hasil pretest dan posttest pada beberapa indikator, yaitu pemanfaatan singkong, diversifikasi produk, nilai tambah produk, branding UMKM, dan dasar pengelolaan biaya. Evaluasi keterampilan dilakukan melalui pengamatan terhadap kemampuan peserta dalam persiapan bahan, proses pengolahan, kebersihan proses, penyelesaian produk, dan pengemasan. Hasil evaluasi kemudian disajikan dalam bentuk nilai sebelum dan sesudah kegiatan untuk memberikan gambaran perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Selain evaluasi pengetahuan dan keterampilan, dilakukan simulasi perhitungan potensi ekonomi produk Boomava. Perhitungan mencakup biaya singkong, bahan tambahan, minyak dan bahan pendukung, kemasan, gas atau listrik, serta biaya lain-lain. Total biaya produksi kemudian dibandingkan dengan asumsi jumlah produksi dan harga jual untuk memperoleh gambaran penerimaan dan keuntungan kotor. Simulasi tersebut digunakan sebagai media

pembelajaran bagi masyarakat mengenai konsep sederhana nilai tambah dan pengelolaan biaya produk UMKM.

Analisis hasil kegiatan dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan serta menjelaskan pengalaman peserta selama proses demonstrasi dan praktik. Data yang digunakan dalam evaluasi dan perhitungan ekonomi pada naskah ini masih berupa data simulasi karena data lapangan terukur belum tersedia. Oleh karena itu, hasil berupa peningkatan skor pengetahuan dan keterampilan maupun perhitungan potensi ekonomi Boomava tidak dimaksudkan sebagai bukti peningkatan pendapatan masyarakat, melainkan sebagai gambaran pembelajaran dari kegiatan. Data simulasi perlu digantikan dengan data lapangan aktual apabila telah tersedia sebelum artikel dipublikasikan.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengenalan Diversifikasi Pengolahan Singkong

Kegiatan dimulai dengan penjelasan mengenai potensi singkong sebagai sumber pangan lokal yang dapat diproses menjadi produk dengan berbagai bentuk dan nilai jual yang beragam. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya diversifikasi sehingga hasil pertanian tidak hanya dipasarkan sebagai bahan baku. Materi disampaikan dengan cara sederhana melalui diskusi dan contoh produk agar peserta dapat mengaitkan materi dengan situasi yang mereka hadapi sehari-hari. Pada tahap selanjutnya, mahasiswa menyajikan Boomava (Cassava Lava Boom) sebagai contoh produk hasil olahan singkong. Boomava diperkenalkan tidak hanya dari aspek produk, tetapi juga sebagai ilustrasi bagaimana bahan lokal dapat diberikan identitas untuk lebih mudah diperkenalkan kepada calon pembeli.

Pelaksanaan Demonstrasi dan Praktik Pembuatan Boomava

Demonstrasi dilakukan dengan menunjukkan proses pengolahan secara langsung. Peserta selanjutnya menjalani praktik dengan bimbingan mahasiswa. Kegiatan praktik memungkinkan peserta merasakan proses pengolahan, menjaga kebersihan, serta memahami langkah-langkah yang berpengaruh pada bentuk dan mutu produk. Interaksi selama praktik menunjukkan bahwa kegiatan langsung memberikan pengalaman yang dapat digunakan kembali setelah kegiatan KKN berakhir.

Pengenalan Merek dan Pemasaran Produk

Setelah praktik produksi, peserta diperkenalkan dengan identitas Boomava yang merupakan bagian dari branding produk. Diskusi mencakup nama produk, kemasan, informasi produk, dan metode untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Branding menjadi bagian penting karena produk pangan lokal perlu memiliki identitas agar lebih mudah dikenali. Pemasaran dapat dikembangkan melalui penjualan langsung maupun media digital. Penggunaan media sosial dan marketplace dapat menjadi alternatif untuk memperluas jangkauan promosi (Jariyah et al., 2024).

Tabel 1.
Hasil Simulasi Evaluasi Pengetahuan Peserta

Indikator	Pretest	Posttest	Peningkatan
Pemanfaatan singkong	56	82	46,4%
Diversifikasi produk	51	80	56,9%
Nilai tambah produk	48	78	62,5%
Branding UMKM	45	77	71,1%
Dasar pengelolaan biaya	50	79	58,0%
Rata-rata	50,0	79,2	58,4%

Berdasarkan Tabel 1, skor rata-rata pengetahuan dalam simulasi meningkat dari 50,0 menjadi 79,2. Kenaikan tersebut menggambarkan bahwa materi mengenai pemanfaatan bahan lokal, diversifikasi, branding, dan dasar biaya dapat dipahami melalui kombinasi penjelasan dan praktik. Hasil ini masih merupakan gambaran evaluasi awal dan tidak dapat digunakan sebagai bukti peningkatan pendapatan masyarakat.

Tabel 2.
Hasil Simulasi Evaluasi Keterampilan

Aspek Keterampilan	Sebelum	Sesudah
Persiapan bahan	55	83
Proses pengolahan	49	80
Kebersihan proses	52	82
Penyelesaian produk	48	79
Pengemasan	45	77
Rata-rata	49,8	80,2

Berdasarkan Tabel 2, hasil simulasi evaluasi keterampilan menunjukkan adanya peningkatan pada seluruh aspek keterampilan setelah peserta mengikuti demonstrasi dan praktik pembuatan Boomava. Rata-rata skor keterampilan meningkat dari 49,8 sebelum kegiatan menjadi 80,2 setelah kegiatan. Peningkatan terlihat pada aspek persiapan bahan, yaitu dari skor 55 menjadi 83, yang menunjukkan bahwa peserta lebih memahami tahapan menyiapkan bahan sebelum proses pengolahan. Pada aspek proses pengolahan, skor meningkat dari 49 menjadi 80, sedangkan aspek kebersihan proses meningkat dari 52 menjadi 82. Aspek penyelesaian produk juga mengalami peningkatan dari 48 menjadi 79, dan aspek pengemasan meningkat dari 45 menjadi 77. Nilai sesudah kegiatan tertinggi terdapat pada aspek persiapan bahan dengan skor 83, sedangkan nilai terendah terdapat pada aspek pengemasan dengan skor 77. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan demonstrasi yang dilanjutkan dengan praktik secara langsung memberikan gambaran pembelajaran mengenai tahapan pengolahan singkong, kebersihan proses, penyelesaian produk, dan pengemasan. Dengan demikian, kegiatan praktik tidak hanya memperkenalkan cara pembuatan Boomava, tetapi juga memberikan pengalaman kepada peserta dalam menjalankan tahapan pengolahan produk secara lebih terstruktur. Namun, karena angka pada tabel masih merupakan data simulasi, hasil tersebut belum dapat digunakan untuk menyatakan peningkatan keterampilan masyarakat secara aktual dan perlu digantikan dengan data hasil pengamatan lapangan apabila tersedia.

Potensi Ekonomi Produk Boomava

Boomava digunakan sebagai contoh sederhana untuk memperkenalkan konsep nilai tambah. Perhitungan biaya tidak hanya mencakup singkong, tetapi juga bahan tambahan, minyak, kemasan, energi, dan biaya pendukung lainnya. Simulasi berikut membantu peserta memahami hubungan antara biaya produksi, jumlah produk, harga jual, dan penerimaan.

Tabel 3.

Simulasi Biaya Produksi Boomava

Komponen Biaya	Nilai
Singkong	Rp30.000
Bahan tambahan	Rp55.000
Minyak dan bahan pendukung	Rp40.000
Kemasan	Rp35.000
Gas/listrik	Rp20.000
Biaya lain-lain	Rp20.000
Total	Rp200.000

Berdasarkan Tabel 3, hasil simulasi biaya produksi Boomava menunjukkan bahwa total biaya yang diperlukan untuk menghasilkan produk sebesar Rp200.000. Biaya tersebut terdiri atas pembelian singkong sebesar Rp30.000, bahan tambahan Rp55.000, minyak dan bahan pendukung Rp40.000, kemasan Rp35.000, gas atau listrik Rp20.000, serta biaya lain-lain sebesar Rp20.000. Dengan asumsi jumlah produksi sebanyak 40 kemasan dan harga jual sebesar Rp8.000 per kemasan, penerimaan yang diperoleh secara simulatif adalah Rp320.000. Nilai tersebut diperoleh dari perkalian 40 kemasan dengan harga jual Rp8.000 per kemasan. Apabila penerimaan sebesar Rp320.000 dibandingkan dengan total biaya produksi sebesar Rp200.000, maka diperoleh keuntungan kotor simulatif sebesar Rp120.000. Dengan demikian, simulasi menunjukkan bahwa pengolahan singkong menjadi Boomava memiliki potensi menghasilkan nilai tambah dibandingkan apabila singkong hanya dijual sebagai bahan baku. Perhitungan ini juga memberikan pemahaman dasar kepada peserta mengenai hubungan antara biaya produksi, jumlah produk, harga jual, penerimaan, dan keuntungan dalam pengelolaan usaha. Namun, hasil tersebut masih berupa simulasi pembelajaran dan belum menggambarkan keuntungan atau pendapatan usaha masyarakat secara aktual karena belum memasukkan seluruh komponen biaya, seperti tenaga kerja, penyusutan peralatan, distribusi, dan promosi.

Tabel 4.

Simulasi Potensi Ekonomi Produk Boomava

Indikator	Nilai
Produksi	40 kemasan
Harga jual	Rp8.000/kemasan
Penerimaan	Rp320.000
Biaya produksi	Rp200.000
Keuntungan kotor	Rp120.000
Margin penjualan	37,5%



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pembuatan Boomava

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang didokumentasikan pada Gambar 1, peserta terlibat secara langsung dalam proses pembuatan Boomava melalui kegiatan demonstrasi dan praktik bersama. Keterlibatan tersebut memberikan pengalaman kepada peserta untuk mengenal tahapan pengolahan singkong, menjaga kebersihan selama proses produksi, menyelesaikan produk, serta melakukan pengemasan. Interaksi secara langsung selama kegiatan juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya, berdiskusi, dan mencoba tahapan pengolahan dengan bimbingan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga memberikan pengalaman praktis dalam mengembangkan olahan singkong menjadi produk yang memiliki identitas dan potensi nilai ekonomi. Meskipun demikian, kegiatan yang dilaksanakan dalam satu rangkaian pelatihan belum dapat menjadi dasar untuk menyatakan bahwa Boomava telah berkembang sebagai usaha UMKM yang berkelanjutan. Keberlanjutan produk masih memerlukan tindak lanjut berupa pendampingan dalam menjaga konsistensi kualitas dan rasa, meningkatkan desain serta informasi pada kemasan, menentukan sasaran konsumen, memenuhi aspek legalitas produk, melakukan pencatatan biaya dan transaksi, serta mengembangkan pemasaran secara langsung maupun digital. Oleh karena itu, hasil kegiatan ini lebih tepat dipandang sebagai tahap awal pemberdayaan masyarakat yang memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman dalam memanfaatkan singkong sebagai bahan baku produk bernilai tambah. Pengembangan lebih lanjut melalui produksi yang konsisten dan pengujian pasar diperlukan agar Boomava dapat dinilai kelayakannya sebagai produk UMKM berbasis potensi lokal.

KESIMPULAN

Bahwa diversifikasi olahan singkong melalui Boomava (Cassava Lava Boom) dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam mengembangkan potensi pangan lokal menjadi produk UMKM. Rangkaian kegiatan yang meliputi pengenalan diversifikasi, diskusi, demonstrasi, praktik pengolahan, pengenalan branding, pengemasan, serta simulasi biaya produksi dan harga jual memberikan pengalaman kepada peserta dalam proses pengembangan produk dari bahan baku hingga pengenalan kepada konsumen. Berdasarkan data simulasi, rata-rata skor pengetahuan meningkat dari 50,0 menjadi 79,2 dan rata-rata skor keterampilan meningkat dari 49,8 menjadi 80,2. Simulasi ekonomi juga menunjukkan bahwa produksi 40

kemasan dengan harga jual Rp8.000 per kemasan menghasilkan penerimaan sebesar Rp320.000 dari biaya produksi Rp200.000 dan keuntungan kotor simulatif sebesar Rp120.000. Hasil tersebut menunjukkan adanya potensi nilai tambah dari pengolahan singkong, tetapi belum dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan pendapatan masyarakat karena data ekonomi yang digunakan masih berupa simulasi. Oleh karena itu, pengembangan Boomava sebagai produk UMKM memerlukan tindak lanjut berupa pendampingan kualitas dan konsistensi produk, penguatan kemasan dan branding, legalitas usaha, pencatatan keuangan, pemasaran digital, serta pengujian pasar agar hasil kegiatan dapat berkembang menjadi aktivitas ekonomi yang berkelanjutan.

Pernyataan Mengenai Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI)

AI digunakan dalam penyusunan naskah ini untuk membantu perbaikan bahasa, pemeriksaan tata bahasa, penataan struktur, dan penyuntingan demi kejelasan serta keterbacaan. Penulis tetap bertanggung jawab penuh atas akurasi, orisinalitas, integritas, dan konten akademis naskah. Seluruh konten yang dibantu oleh AI perlu ditinjau dan diverifikasi oleh penulis sebelum diserahkan.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Kontribusi Penulis

Seluruh penulis berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, pengumpulan informasi, pembahasan hasil, dan penyusunan naskah. Pembagian kontribusi individual perlu dikonfirmasi kembali oleh penulis sebelum naskah diserahkan kepada jurnal. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Boyolali yang telah mendukung pelaksanaan KKN, Pemerintah Desa Bawu dan masyarakat Dusun Blendung yang turut berpartisipasi dalam kegiatan, serta dosen pembimbing lapangan dan semua pihak yang berkontribusi dalam pelaksanaan program hingga penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, H., Wijayanto, D., & Fadly, D. (2024). Pemberdayaan masyarakat sebagai upaya mengatasi masalah pasca panen singkong melalui pengolahan mocaf. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1), 133-140.
- Habsyi, F. Y., Renjaan, D., & Ahmad, I. (2022). Community empowerment through diversification of processed products made from cassava in the Sasa sub-district, Ternate city. *Community Empowerment*, 7(7), 1194-1199. <https://doi.org/10.31603/ce.6855>
- Ilmi, M., Hakim, A. R., Fitriyani, A., Aprilia, R. D., Reswara, E. B., & Yono, S. A. (2022). Pelatihan dan pendampingan UMKM keripik singkong di Desa Umbulsari, Umbulsari Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 9-15.

- Jariyah, A., Tania, C., Azizah, D. N., Rahmadita, D., Jusnita, E., Qastalam, N., Syahrir, M., Fardisi, R., Indriyani, S. A., Hariska, Z., & Mega, I. R. (2024). Digital marketing training to optimize the marketing of UMKM products for Guntung village community. *Community Empowerment*, 9(5), 851-855. <https://doi.org/10.31603/ce.11947>
- Lubis, F. H., Lubis, S. Y., & Hasanah, R. U. (2024). Peran digital marketing dalam upaya pengembangan UMKM berbasis teknologi di Desa Bulan-Bulan. *Journal of Human and Education*, 4(5), 69-75.
- Maksum, A., Arsyad, A., Amarasuli, D., & Permana, A. F. M. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan usaha donat singkong di Kampung Cahaya Setiabudi, Jakarta Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 6(1).
- Muhtadi, M., Suranto, S., Kurnia, P., & Utomo, C. W. (2024). Pemberdayaan masyarakat Desa Kaligentong berbasis olahan produk singkong kingkong. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4).
- Rahmawati, F., & Novani, S. (2021). The effect of product innovation, value co-creation on marketing performance of a SMEs in Covid-19 pandemic era. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(2), 110-124.
- Rahayu, S. M., Anjarwi, A. W., Anggoro, D. D., & Alfandia, N. S. (2024). Pendampingan digital marketing bagi UMKM di Desa Wisata Bumiaji. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(4), 629-639.
- Ramadhani, M. F., & Raharjo, R. J. H. (2023). Pelatihan branding pada UMKM Desa Ngrimbi melalui pendekatan mentoring. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2188-2195.