



## PELUANG DAN TANTANGAN UKM MOCAF NGUDI REJEKI NGESTIREJO MENGHADAPI PASAR GLOBAL DI ERA PANDEMI

Istiana Rahatmawati<sup>1</sup>, Sari Bahagiarti<sup>2</sup>, Tuti Setyaningrum<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Email <sup>1</sup> istiana.rahatmawati@upnyk.ac.id; <sup>2</sup> sari.bahagiarti@upnyk.ac.id;

<sup>3</sup> tuti.setyaningrum@upnyk.ac.id

### Abstract

*This study aims to determine the opportunities and challenges for small and medium enterprises (SMEs) in facing global market in the pandemic situation. The research was conducted by taking the case of mocaf SMEs KWT Ngudi Rejeki in Ngestirejo vilage, Tanjungsari District, Gunung Kidul regency, Yogyakarta Special Region. The method used in this research is descriptive qualitative. The data were obtained through surveys and field observations, Focus Group Discussions and depth interviews with community leaders and supported by secondary data in the form of information and documents (printed books, e-books, scientific articles from the internet. The results of this study indicate that there is still very large opportunity to enter to both domestic and global market. The pandemic did not affect the sales even because mocaf is gluten free, this flour ia really needed by people with Diabetes Memelitus or Autism. The biggest challenges are marketing problems consists of product packaging, distribution, and promotion. Globalization and pandemic, both strengthenig the challenges SMEs to adapt the IT for e-commerce purpose. The SMEs strong will, supported by government and the academician guidance and assistance in absorbs the technology, will leads KWT Ngudi Rejeki mocaf SMEs entering to the global market. The recommendation for mocaf SMEs is to strengthen the product branding, improves packaging, distribution and promotion, meanwhile the government should supports by giving digital marketing training and solve the finance problem.*

**Keywords:** *opportunities, challenges, SMEs, global market, pandemic*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang dan tantangan usaha tepung mocaf menghadapi pasar global di masa pandemi. Penelitian dilakukan dengan mengambil kasus pengusaha tepung mocaf Kelompok Wanita Tani (KWT) Ngudi Rejeki Desa Ngestirejo, Kapanewon Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Data didapat melalui survey dan observasi lapangan, *Focus Group Discusion* dan *Depth interview* dengan tokoh masyarakat dan didukung oleh data sekunder berupa informasi dan dokumen (buku cetak, *e-book*, artikel ilmiah dari internet. Hasil penelitian ini menunjukkan masih besar peluang untuk

memasarkan mocaf baik untuk pasar domestik maupun pasar global. Pandemi ternyata tidak terlalu berpengaruh untuk penjualan mocaf. Ini dikarenakan produk mocaf ini bebas gluten yang sangat dibutuhkan oleh penderita penyakit gula dan penderita autisme. Tantangan terbesar pada masalah pemasaran yaitu kemasan produk, distribusi dan promosi. Globalisasi dan pandemi, keduanya memperkuat tantangan bagi UKM mocaf untuk beradaptasi dengan kemajuan IPTEK untuk dapat melakukan e-commerce (pemasaran online). Kemauan keras UKM mocaf dengan dukungan pemerintah dan dengan pendampingan akademisi perguruan tinggi akan dapat mengantarkan UKM mocaf memasuki pasar global. Rekomendasi bagi UKM agar memperkuat branding/citra produk, memperbaiki kualitas kemasan, menguatkan distribusi dan meningkatkan promosi, sementara itu pemerintah hendaknya memberikan dukungan berupa pemberian pelatihan pemasaran digital dan bantuan permodalan.

**Kata Kunci:** peluang, tantangan, UKM, pasar global, pandemic

---

## **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, semakin banyak bermunculan alternatif pilihan bahan pangan untuk dikonsumsi. Selain itu, keterbukaan Indonesia sebagai negara berkembang juga menjadi suatu kecenderungan untuk mengoptimalkan potensi baik kekayaan sumber daya alam maupun manusia beserta kearifan lokalnya yang dapat berpeluang besar di berbagai sektor industri. Indonesia sebagai negara multikultur dengan ciri khas yang unik memiliki citra yang melekat dengan potensi lokal yang melimpah yang belum optimal terolah

Berbagai inovasi telah diupayakan untuk menciptakan alternatif bahan pangan yang dapat menjadi bahan substitusi. Kondisi geografis Indonesia memungkinkan singkong tumbuh subur, sehingga menempatkan Indonesia sebagai produsen singkong terbesar ke-6 di dunia. Hal ini menjadi salahsatu alasan untuk mengoptimalkan potensi singkong di Indonesia, terlebih lagi produksi olahan berbahan dasar singkong sebagai bahan makanan asli Indonesia belum populer di kalangan masyarakat Global. Kabupaten Gunungkidul termasuk didalamnya area studi ini sangat terkenal sebagai penghasil singkong/ketela. Sebagian hasil panen ketela dikonsumsi sebagai makanan pokok masyarakat dan sebagiannya lagi dijual Pada saat panen tentu saja ketela melimpah, harga jualnya pun sangat rendah. Untuk menambah nilai jual maka ketela ini diolah menjadi



tepung yang diberi nama Mocaf (Modified Cassava Flour). Karakteristik mocaf ini hampir sama dengan terigu sehingga dapat menjadi pengganti tepung terigu.

Menurut data yang ada (diolah dari data APTINDO), kebutuhan tepung terigu di Indonesia tahun 2019 mencapai 8 juta metrik ton (MT), bila tepung mocaf dapat menggantikan sebesar 10% saja, itu artinya sebanyak 800 ribu metrik ton (MT) tepung mocaf yang dibutuhkan. Apabila permintaan akan kebutuhan Tepung mocaf di pasaran meningkat, hal ini dapat menjadikan nilai ekonomis dari singkong sebagai bahan dasar pembuatannya. Gagasan yang ditawarkan disini sebagai program untuk mengoptimalkan potensi dan pemberdayaan produktivitas Tepung mocaf sebagai alternatif bahan pangan bebas gluten. Dengan demikian, diharapkan Tepung mocaf dapat meningkatkan perekonomian Negara Indonesia, yaitu dengan meningkatkan pendapatan dan memberdayakan para petani singkong, serta menekan intensitas impor gandum sebagai bahan baku tepung terigu.

Mocaf belum banyak dikenal baik oleh masyarakat Indonesia maupun masyarakat internasional. Namun mengetahui kemanfaatannya, mocaf mempunyai alasan kuat untuk masuk ke pasar global. Percaturan pasar global ditambah dengan kondisi pandemi saat ini menuntut untuk lebih jeli lagi dalam melihat peluang dan tantangan yang dihadapi pengusaha mocaf yang notabene tergolong pengusaha kecil menengah.

Desa Ngestirejo merupakan salah satu desa di kecamatan Tanjungsari Kabupaten Gunungkidul. Sebagai penghasil ketela, salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mengolah ketela menjadi produk tepung mocaf di desa Ngestirejo adalah Kelompok Wanita Tani Ngudi Rejeki yang beranggotakan 25 orang. Permintaan pasar dunia akan mocaf menunjukkan tren yang makin meningkat dan kemungkinan akan mampu menggeser tepung terigu dengan alasan Kesehatan. Dengan selalu melimpahnya hasil panen ketela diharapkan mocaf menjadi salah satu produk unggulan Desa Ngestirejo yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani ketela juga membantu para penderita penyakit Diabetes Melitus dan Autis serta masalah pencernaan yang terbantu dengan mengkonsumsi makanan berbahan mocaf yang bebas gluten.



Petani Panen Ketela



Lahan Pertanaman Ketela

Meskipun sudah sejak tahun 2014 mendapatkan pelatihan pembuatan mocaf oleh Dinas Pertanian, namun UKM ini tidak mampu memasarkan mocaf hasil produknya. Kalaupun laku, itupun dengan harga yang sangat rendah, jauh dibawah harga pokoknya. Oleh karena itu UKM Mocaf KWT Ngudi Rejeki membutuhkan pendampingan yang intens sampai mampu menghasilkan produk Mocaf yang berkelanjutan dan mampu memenuhi kebutuhan pasar baik pasar lokal maupun internasional.

Berikut permasalahan UKM Mocaf KWT Ngudi Rejeki Ngestirejo:

1. KWT Ngudi Rejeki dalam memproduksi tepung mocaf masih dengan cara tradisional dan dengan peralatan yang sangat sederhana.
2. KWT Ngudi Rejeki belum melakukan pengemasan produk yang memenuhi standar untuk branding
3. KWT Ngudi Rejeki belum mampu melakukan pemasaran secara optimal, baik dari produk, penetapan harga, distribusi maupun promosi.

### **Solusi Dan Target Luaran**

Produksi Mocaf yang bahan dasar pokoknya ketela, harus dilakukan sesuai dengan *Good Agricultural Practices* (GAP) agar dari segi kandungan gizi pada ketela, dapat menghasilkan Mocaf yang berkualitas sehingga mampu terserap pasar dengan nilai jual yang tinggi. Selain itu pengolahan Mocaf juga



harus dilakukan dengan baik sesuai dengan *Good Manufacturing Practice* (GMP), mengingat kandungannya yang sangat baik dan dapat rusak jika penanganan tidak dilakukan dengan baik (Iftitah dan Haryono, 2018). Selain produksi Mocaf berkualitas sesuai dengan keinginan pasar juga didukung kemampuan menembus pasar sehingga produk dapat sampai ke tangan konsumen seiring dengan kemajuan teknologi apalagi di saat pandemi seperti saat ini. Dengan keberadaan Usaha Mocaf yang berkelanjutan berarti terjadi *Value Added* (nilai tambah dari proses ketela menjadi Mocaf) dan membuka lapangan kerja baru yang akan mendukung perkembangan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Ngestirejo yang mayoritas penduduknya adalah petani ketela.

Agar Mocaf Desa Ngestirejo dapat menjadi produk unggulan, maka perlu bantuan pendampingan terkait proses produksi hingga pengemasan, branding dan pemasaran.

Secara terperinci rencana kegiatan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. Ceramah kandungan gizi pada ketela sebagai bahan dasar Mocaf dan pengetahuan agar menghasilkan produk Mocaf yang berkualitas, cara pengemasan, branding dan pemasaran produk.
- b. Pelatihan dan praktek pembuatan tepung Mocaf skala kecil dengan menggunakan teknologi tepat guna
- c. Analisis kualitas hasil produk Mocaf
- d. Pelatihan dan praktek pengemasan produk

Monitoring dan evaluasi secara berkala agar terjadi keberlanjutan kegiatan yang sudah dipraktekkan tersebut.

Tabel 1. Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Publikasi ilmiah di jurnal/prosiding	Submit
2.	Pemakalah dalam pertemuan ilmiah	Sudah dilaksanakan
3.	Hak Atas Kekayaan Intelektual	Terdaftar
4.	Teknologi Tepat Guna	Produk

---

5.	Produk olahan ketela (Mocaf)	Produk
6.	Buku (ISBN)	Tersertifikat
7.	Publikasi pada media masa (cetak/elektronik)	Terdaftar

## **METODE DAN PELAKSANAAN**

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk mendukung realisasi kegiatan PbM. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ini Ceramah, diskusi, pelatihan, pendampingan dan praktek. Ceramah dan diskusi dilaksanakan untuk penyampaian materi tentang Teknik budidaya ketela/singkong, cara pembuatan produk olahan dalam bentuk mocaf dan cara pengemasan produk mocaf. Pelatihan dan Praktek dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang Teknik pengolahan hasil panen ketela dalam bentuk produk mocaf serta cara pengemasan produk mocaf. Pendampingan juga dilakukan dari proses Teknik penyiapan, pengolahan hasil panen, serta cara pengemasan produk olahan hasil panen. Dalam program ini metode yang digunakan untuk mendukung realisasi transfer teknologi dengan merencanakan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Tabel 2. Metode dan Pelaksanaan Kegiatan PbM

MATERI	PAKAR	WAKTU	HASIL
Ceramah tentang branding manajemen usaha tentang keterkaitan semua komponen dalam menjalankan usaha mocaf	Istiana Rahatmawati	3-4-2021	Peserta memahami materi
Ceramah tentang kualitas dan peran air dalam produksi mocaf	Sari Bahagiarti	12-4-2021	Peserta memahami materi
Ceramah tentang budidaya ketela sebagai bahan	Tuti Setyaningrum	25-4-2021	Peserta memahami materi



pokok Mocaf sesuai dengan <i>Good Agricultural Practices</i> (GAP) dan pengolahan Mocaf sesuai dengan <i>Good Manufacturing Practice</i> (GMP),			
Pelatihan dan praktek teknik pembuatan mocaf	Istiana Rahatmawati	Mei – Juni	Peserta trampil melakukan pembuatan mocaf
Pelatihan dan praktek pembuatan kemasan yang menarik dan seusai standart international	Sari Bahagiarti	Juni – Juli	Peserta trampil membuat dan mengemas mocaf sehingga penampilannya menarik untuk dipasarkan
Pelatihan dan praktek cara pemasaran online produk mocaf	Istiana Rahatmawati	Juli – September	Peserta trampil mengemas produk mocaf
Pendampingan budidaya ketela sebagai bahan mocaf	Tuti Setyaningrum	April - Mei	Peserta mampu melakukan budidaya ketela sejak penyiapan media tanam, hingga pemanenan
Pendampingan usaha mocaf	Sari Bahagiarti	Mei – Juni	Peserta mampu menghasilkan produk olahan mocaf
Pendampingan pemasaran online produk mocaf	Istiana Rahatmawati	September	Peserta mampu membuat produk dan dipasarkan secara online



Lurah Ngestirejo Sebagai Mitra Mengantarkan Bertemu Ketua KWT Ngudi Rejeki



Proses Pembuatan Mocaf Secara Tradisional dan Alat Sederhana oleh KWT Ngudi Rejeki



Proses Penepungan Mocaf dari Chips Bahan Setengah Jadi Menjadi Tepung Mocaf





Dialog Khusus di ADiTV Pengenalan Produk Mocaf KWT Ngudi Rejeki Dampingan UPN "Veteran" Yogyakarta

<https://youtu.be/n2z00MLdhy>



Kemasan Mocaf Produksi KWT Ngudi Rejeki Ngestirejo Tanjungsari Gunungkidul

*“ Peluang Dan Tantangan Ukm Mocaf Ngudi Rejeki Ngestirejo Menghadapi Pasar Global Di Era Pandemi “*

*Istiana Rahatmawati, Sari Bahagiarti, Tuti Setyaningrum*



Proses Desain Kemasan Mocaf KWT Ngudi Rejeki Ngestirejo Tanjungsari Gunungkidul



Praktik Pengolahan Aneka Makanan Berbahan Tepung Mocaf



Pemberian Materi tentang Manajemen Usaha Mocaf



Sosialisasi dan Pelatihan Pendaftaran Aplikasi Pemasaran Online "SIBAKUL"



Program Bantuan dari Dinas Koperasi dan UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### UMKM, Pasar Global, dan Pandemi

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) penyangga ekonomi nasional demikian kata Teten Masduki Menteri UMKM dan Koperasi pada Webinar KAGAMA, 27 Juni 2020. Dengan jumlah 40 sampai 60 juta saat ini UMKM menjadi kekuatan ekonomi Indonesia ke depan karena mempunyai daya tahan yang tinggi pada saat krisis namun perlu penguatan, apalagi untuk menghadapi pasar global. UMKM membutuhkan kesiapan untuk beralih ke ekonomi digital. Data tahun 2020 awal pandemi sekitar 15 -18 persen UMKM yang telah melakukan transaksi online. Saat itu sekitar 8 juta UMKM yang terhubung dengan digital. Di era pandemic ini yang berhasil beradaptasi dengan teknologi digital dan inovasi sesuai permintaan pasar diantaranya produk Kesehatan, Farmasi, Pengobatan Herbal Tradisional, e-Commerce, Usaha Pertanian Pangan. Di era global digitalisasi menjadi sangat

penting. Indonesia merupakan pasar *e-commerce* terbesar di ASEAN dengan 150 juta pengguna internet dengan nilai surplus 265 Triliun. Kebijakan pemerintah *Work From Home* menjadikan lebih efisien. Perilaku konsumen lebih suka belanja online. Pasar basahpun (sayur, buah sudah menggunakan aplikasi meskipun untuk lingkungan terbatas. Perubahan baru yang harus direspon yaitu bagaimana untuk memasuki pasar berbasis online. Perlu respon cepat. UMKM dituntut seperti perusahaan besar yang sudah punya brand image. CEO semua sendiri. Tidak cukup hanya SDM untuk dikelola.

UMKM merupakan sektor yang paling cepat runtuh karena keterbatasan sumber daya. Namun, UMKM juga merupakan sektor yang cepat bangkit karena keunggulannya dalam kemampuannya bertahan dan kecepatannya merespon kebutuhan konsumen. Penawaran dan permintaan cepat berubah, sehingga UMKM harus menentukan tujuan jangka yang sangat pendek (tujuan harian maupun tujuan mingguan). UMKM mampu bertahan karena bergerak dalam skala kecil. Ini sesuai dengan pernyataan dari pakar yang disampaikan oleh Menteri UMKM dan Koperasi Teten Masduki dalam seminar KAGAMA, 27 Juni 2020, yang mengatakan bahwa, UMKM dapat bangkit dengan memiliki 3 syarat, yaitu : 1) *Adaptive Leadership*, 2) *Resiliense*, 3) *Entrepreneur Mindset*. Dengan 4 karakteristik sebagai berikut : 1) *ability to engage others*, 2) *Clear goals (shorten goals : daily or weekly goals)*, 3) *Strong set of value (value berubah sesuai goals)*, 4) *Adaptive Capability*. Selain itu, UMKM dituntut untuk mampu berinovasi. Inovasi dapat berupa *product innovation, purchasing innovation, chanel innovation*.

Di era pandemi, sector-sector *high touch economy* runtuh, sedangkan yang *low touch economy* (UMKM) tetap *survive*. *Global value chain* terkoreksi dengan kehadiran Covid-19. Jenis usaha yang bisa bertahan, yakni *e-commerce grocery, logistic, remote working, online learning, tele-medecine, , club services (AWS,dll)*. Perilaku konsumen juga mengalami perubahan, dengan dicirikan 4 konsumen *Mega Safe (Generic Strategy)*, yaitu *Go Safe (safety first/ protokol COVID)*, *Go Economic* (memetingkan yang esensial/ paket-paket kecil), *Go Digital vs Physical (Go virtual, digital payment, dll)*, *Go Emphatic* (Pendekatan *marketing* secara *emphatic/ mengedepankan menolong terlebih dahulu daripada bisnis*).



## **Profil UKM Mocaf Kelompok Wanita Tani Ngudi Rejeki Ngestirejo, Tanjungsari, Gunungkidul**

### **A. Nama dan Alamat Perusahaan**

Nama perusahaan : Kelompok Wanita Tani Ngudi Rejeki  
Alamat perusahaan : Jaten RT/RW 002/002, Ngestirejo,  
Tanjungsari, Gunungkidul, DIY  
No. Telepon : 085 726 578 736  
Email : ikanur.fitrianingsih@yahoo.co.id

### **B. Visi dan Misi**

Visi : Terciptanya masyarakat yang sehat, maju dan mandiri.

Misi :

1. Mewujudkan industri mocaf Gunungkidul yang bermutu tinggi berdaya saing global dan berkelanjutan.
2. Mewujudkan peningkatan pemanfaatan mocaf untuk pemenuhan kebutuhan dan kesejahteraan masyarakat.

### **C. Deskripsi Usaha**

- Produk yang dihasilkan  
Tepung Mocaf
- Kegunaan produk  
Mocaf adalah bahan makanan pokok pengganti gandum/tepung terigu yang sangat bagus untuk kesehatan terutama bagi para penderita autism; Diabetis Melitus; masalah pencernaan dan sensitif (alergi).
- Lokasi/rumah produksi  
Padukuhan Jaten RT 02 RW 02 Ngestirejo Tanjungsari Gunungkidul.
- Waktu Operasional  
Waktu untuk kegiatan usaha ini dimulai pukul 08.00 sampai pukul 16.00 WIB.

- Kesan/ Counter Style

Kesan dibangun dalam melayani pelanggan adalah "Low Price with High Quality Product" sehingga pelanggan merasa nyaman selama proses pelayanan dan membuat pembeli selalu ingin kembali karena produk yang murah dengan kualitas yang memuaskan.

- Target Pelanggan

Target pelanggan khususnya adalah bagi penderita diabetes melitus dan autis, dan seluruh kalangan masyarakat yang mencari dan membutuhkan tepung mocaf (bebas gluten) dengan kualitas terbaik yang memiliki nilai gizi lebih baik bila dibandingkan dengan tepung singkong biasa.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

<b>Indikator Keberhasilan</b>	<b>Uraian</b>
1. Pengetahuan Manajemen	Mitra mengetahui dan mempraktikan ilmu yang didapat
2. Pengetahuan Produk	Mitra memahami nilai dan kemanfaatan produk Mocaf
3. Pengetahuan Pemasaran	Mitra sudah terhubung dengan aplikasi "SIBAKUL"
4. Pengetahuan tentang Kemasan	Mitra telah memiliki kemasan yang sesuai dengan standar ekspor
5. Pengetahuan GAP dan GMP	Mitra mengetahui <i>Good Agriculture Practices</i> dan <i>Good Manufacturing Practices</i>

## **PENUTUP**

Peluang yang dimiliki oleh UMKM Mocaf KWT Ngudi Rejeki, Ngestirejo, Tanjungsari, Gunungkidul adalah masih terbuka pasar yang sangat luas untuk penjualan produk Mocaf, baik untuk pasar local maupun pasar international/global. Hal ini disebabkan masyarakat secara umum belum begitu mengenal



tepung Mocaf. Padahal, masyarakat penderita diabetes dan autisme sangat terbantu dengan mengonsumsi tepung mocaf sebagai pengganti tepung terigu. Meskipun Indonesia termasuk penghasil ketela 10 terbesar di dunia, tapi belum banyak yang memproduksi tepung mocaf, sehingga persaingan masih belum ketat.

Tantangan yang dihadapi oleh UMKM Mocaf KWT Ngudi Rejeki, Ngestirejo, Tanjungsari, Gunungkidul adalah masalah produksi. UMKM ini masih memproduksi dalam skala kecil dan peralatannya masih belum terstandar secara internasional. Meskipun setelah pendampingan ini, UMKM Mocaf KWT Ngudi Rejeki, Ngestirejo, Tanjungsari, Gunungkidul telah memiliki kualitas produk dan kemasan yang berani bersaing ke pasar global, serta telah terhubung dengan aplikasi pemasaran online "SIBAKUL", tetapi lokasi geografis rumah produksi tidak terjangkau oleh grab sebagai mitra "SIBAKUL". Sehingga, dibutuhkan tempat antar jemput produk yang memudahkan pengiriman produk mocaf. Selain itu, UMKM ini perlu membuat jaringan yang mampu menembus pasar konsumen berkebutuhan khusus pengguna mocaf di seluruh tanah air maupun di luar negeri. Tantangan lain adalah dibutuhkan kemampuan untuk melakukan transaksi online termasuk pembayaran secara online.

### **Simpulan**

Mocaf (Modified Cassava Flour) adalah tepung yang dibuat dari ketela (singkong) melalui proses fermentasi. Merupakan modifikasi tepung singkong yang berbeda dengan tepung giplek maupun tepung tapioca.

Karakteristik Mocaf hampir sama dengan tepung terigu, tidak berbau, dengan warna lebih putih, daya kembang lebih untuk kue semacam bolu, lebih renyah untuk jenis hidangan gorengan.

Kandungan Nutrisi sama dengan tepung terigu kualitas II, tetapi mocaf punya keunggulan yaitu memiliki serat dan kalsium yang lebih tinggi, kandungan lemak rendah dan bebas Gluten

Manfaat untuk Kesehatan, dikarenakan bebas Gluten sehingga baik bagi para penderita autisme, penderita Diabetes Melitus, masalah pencernaan dan penderita alergi tertentu.

Manfaat untuk petani yaitu adanya nilai tambah. Dengan memproduksi mocaf ini mendorong petani melakukan budidaya ketela sesuai dengan GAP (Good Agricultural Practices) dan dalam pengolahan mocaf sesuai dengan GMP (Good Manufacturing Practices)

Industri mocaf tergolong dalam Green Agro Industry dan Zero Waste. Mocaf berpotensi mengurangi ketergantungan impor gandum. Pertumbuhan industri mocaf dapat menciptakan lapangan kerja baru. Permintaan/kebutuhan tepung cenderung semakin meningkat tetapi tidak seperti terigu, mocaf belum populer dalam masyarakat sehingga pasar dalam pengertian pertemuan antara pembeli dan penjual masih belum tercipta secara optimal.

### **Saran**

Berdasarkan analisis keberhasilan program ada hal yang perlu dilakukan sebagai kelanjutan dari upaya dalam mencapai keberhasilan usaha melalui *e-commerce*, yaitu penguasaan teknologi *digital marketing* termasuk di dalamnya, *e-banking* dan *digital payment*. Diharapkan dukungan dari pemerintah maupun pihak terkait untuk memampukan UMKM Mocaf KWT Ngudi Rejeki, Ngestirejo, Tanjungsari, Gunungkidul dalam menguasai teknologi tersebut.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, yang telah memberikan dukungan dana untuk pengabdian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi positif pada pengabdian masyarakat dengan menjelaskan bentuk kontribusi yang telah diberikan, yaitu:

1. Ka LPPM, Bapak Dr. Hendro Wijanarko, MM
2. Kapus Abdimas, Bapak Dr. Humam Santoso, M.Si
3. Kepala Desa Ngestirejo, Bapak Wahyu Suhendri
4. Ketua KWT Ngudi Rejeki, Ngestirejo, Tanjungsari, Gunungkidul, Ibu Supartini





## DAFTAR PUSTAKA

- Harijono dan Sriherfyna, F.H. (2016). Peningkatan Kapasitas dan Efisiensi Produksi Minuman Kesehatan Instan dan Kemasan CUP. *Jurnal Teknologi Pangan*, Volume 7, Nomor 3, 154-160.
- Hariyani, N. (2020). Bahan Ajar "Analisa Usaha Produksi Pengolahan Hasil Tanaman Obat Rimpang". Malang: Kementrian Pertanian RI Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian Balai Besar Pelatihan Pertanian Ketindan Malang.  
<https://accurate.id/bisnis-ukm/tips-agar-bisnis-menembus-pasar-internasional/>.  
Diakses pada 3 Januari 2021.
- Iftitah S.N., dan Haryono, G. (2018). Pengkajian Beberapa Tanaman Empon-Empon di Desa Balesari Kecamatan Windusari Kabupaten Magelang. *VIGOR: Jurnal Ilmu Pertanian dan Subtropika*. Volume 3, Nomor 1, 13-16.
- Ismail, I. (2021). "Go Digital, Solusi UMKM untuk Maju di Tengah Pandemi, ini Tipsnya". <https://accurate.id/bisnis-ukm/go-digital/>
- Masduki, T. (2020). <https://kemenkopukm.go.id/>
- Nuryanti, S., dan Swastika, D.K.S. (2011). Peran Kelompok Tani dalam Penerapan Teknologi Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Volume 29, Nomor 2, Desember 2011, 115-128.
- Pekarangan Melalui Pengembangan Lanskap Produktif di Desa Mangunan, Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, Vol.23, No.2, 148-157.
- Sholeh, Muhammad. "5 Hal Yang Perlu Dilakukan Jika Anda Ingin Menembus Pasar Internasional". <https://kirim.email/menembus-pasar-internasional/>.  
Diakses pada 3 Januari 2021.

*“ Peluang Dan Tantangan Ukm Mocaf Ngudi Rejeki Ngestirejo Menghadapi Pasar Global Di Era Pandemi “*

*Istiana Rahatmawati, Sari Bahagiarti, Tuti Setyaningrum*

---