

Pendampingan Pembuatan Basreng Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Lembang Pitung Penanian

Jens B Marewa

Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja
Email: distro_pasal@yahoo.com

Elim Febrianty Bintan

Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja
Email: elimfebriantybintan123@gmail.com

Sumardianto Ishak Masiku

Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja
Email: smdiantoishak1703@gmail.com

Korespondensi penulis : distro_pasal@yahoo.com*

Abstract. *Community Service Activities are carried out to strengthen community capacity and empowerment. This service activity aims to enable PKK Lembang Pitung Penanian women to produce a variety of Basreng products. This service uses a mentoring method, consisting of four mentoring activities, namely assistance in making Basreng products, product packaging, improving product quality, using tools and expanding marketing. The output of this assistance activity is the existence of varied products, applied product packaging designs, the use of quality raw materials, the use of sales displays to make them more attractive and mapping market expansion through opening new areas. The result of this activity is business development through measurable, controlled and coordinated market expansion*

Keywords: *Community Empowerment, Basreng, Product Packaging, Marketing*

Abstrak. Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat dilakukan untuk penguatan kapasitas dan keberdayaan masyarakat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan agar ibu-ibu PKK Lembang Pitung Penanian dapat menghasilkan produk Basreng yang bervariasi. Pengabdian ini menggunakan metode pendampingan, terdiri dari empat kegiatan pendampingan yakni pendampingan pembuatan produk Basreng, packaging produk, peningkatan kualitas produk, pemanfaatan alat serta perluasan pemasaran. Output dari kegiatan pendampingan ini adalah adanya produk yang bervariasi, desain packaging produk yang diaplikasikan, penggunaan bahan baku yang berkualitas, pemanfaatan etalase penjualan agar lebih menarik serta pemetaan perluasan pasar melalui pembukaan wilayah-wilayah baru. Hasil dari kegiatan ini adalah pengembangan usaha melalui perluasan pasar yang terukur, terkontrol dan terkoordinir.

Kata Kunci : Keberdayaan Masyarakat, Basreng, Packaging Produk, Pemasaran.

PENDAHULUAN

Kegiatan usaha yang memproduksi olahan makanan seperti cemilan memang tidak pernah ada habisnya dari zaman dahulu hingga sekarang. Cemilan merupakan makanan ringan yang hampir setiap hari dicari oleh masyarakat untuk menemani waktu bersantai bersama keluarga atau teman-teman. Usaha cemilan memang masih terbuka lebar karena menjalankan cemilan memiliki kelebihan yaitu selalu ramai dicari oleh konsumen. Basreng dipilih untuk lahan bisnis karena basreng saat ini sedang naik daun dan banyak dicari oleh masyarakat mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Banyaknya peminat jajan atau makanan bakso membuat para ibu-ibu PKK Lembang Pitung Penanian berinovasi untuk membuat atau menjual produk makanan basreng. Pembuatan basreng dapat dilakukan secara manual, sehingga untuk mutunya sangat beragam. Jajan atau olahan makanan ini tidak pernah sepi peminat, semua kalangan sangat menyukai makanan ini entah itu hanya sekedar dibuat cemilan ataupun sebagainya. Basreng ini terbilang cemilan yang sangat unik yaitu dengan menggunakan bakso ayam dan disajikan dengan berbagai macam rasa yang berbeda-beda. Sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan rasa bakso goreng yang biasa-biasa saja tanpa adanya varian rasa.

Sasaran utama inovasi produk ini ialah ibu-ibu PKK Lembang Pitung Penanian. Adanya inovasi ini bertujuan memberikan ide usaha dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Lembang Pitung Penanian. Inovasi produk ini tentunya akan menjadikan masyarakat di Lembang Pitung Penanian lebih kreatif. Dengan demikian, produk mandiri hasil inovasi ini dapat bernilai implementasi, diadopsi masyarakat, dan berkembang menjadi home industri.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan dan menghasilkan manfaat dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode observasi, metode wawancara, dan praktik langsung. Observasi dilakukan pada tiga hari pertama di minggu pertama di lembang turunan dengan cara berkeliling dan mengamati kondisi penduduk setempat. Wawancara dilakukan kepada kepala Lembang dan ibu-ibu Lembang Pitung Penanian secara langsung maupun tidak langsung melalui kegiatan ramah tama di sekeliling lembang Pitung Penanian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Basreng adalah pilihan cemilan yang cocok dikonsumsi bagi pecinta makanan pedas. Sebagai makanan ringan, cemilan ini sangat bagus dan layak dikembangkan sebagai usaha yang menguntungkan. Potensi yang dihasilkan sangat layak sebab makanan pedas adalah makana favorit orang Indonesia. Dalam melakukan proses produksi untuk pembuatan basreng ini adalah dengan melakukan produksi sebaik mungkin dengan dibantu oleh beberapa tenaga kerja yang berkompeten. Dalam proses produksi basreng ini adalah dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas. Selain itu dalam proses produksi juga tidak mencampurkan bahan kimia yang dapat membahayakan konsumen. Adapun bahan-bahan dalam membuat basreng adalah sebagai berikut.

Bahan	Kuantitas
Minyak	2 liter
Bubuk cabe kering	1 kg
Daun jeruk	300 gram
Bumbu balado	1 sct
Masako	250 gram
Tepung	1 kg
Bawang putih	½ kg
Bubuk Balado Manis	1 sct
Bubuk jagung bakar	1 sct
Bakso Ayam	10 Bungkus

Cara Pembuatan:

1. Bakso Ayam di iris tiidak terlalu besar agar tidak keras
2. Irisan Bakso Ayam dicampur dengan sedikit tepung terigu
3. Panaskan minyak,Goreng Bakso ayam Sampai matang
4. Angkata dan tiriskan minyak
5. Siapkan bumbu campur didalam baskom berisi bubuk cabe kering,Bumbu balado,Daun jeruk,Bawang putih Goreng.untuk varian lain Bubuk Rasa keju dan bubuk Jagung Bakar.
6. Setelah bumbu jadi masukkan basreng kedalam baskom yang sudah berisi bumbu
7. Aduk hingga bumbu tercampur
8. Kemas produk yang Dihasilkan

Strategi yang perlu diterapkan dalam pemasaran adalah konsep bauran pemasaran (marketing mix) dengan menggunakan 4 faktor utama meliputi product, price, place dan promotion (Kotler & Keller, 2012). Produk (product) dalam hal ini berkaitan dengan ragam (variasi) produk, kemasan, ukuran; harga (price) hal ini berkaitan dengan harga terdaftar, bundle harga, potongan harga; tempat (place) hal ini berkaitan dengan saluran, cakupan, pilihan, lokasi, persediaan, dan transportasi; dan promosi (promotion) hal ini berkaitan dengan promosi penjualan, periklanan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung (Andaru et al., 2015).

Strategi pemasaran sebagai salah satu cara menjadikan produk diminati oleh konsumen. Strategi pemasaran merupakan cara untuk menarik minat konsumen dalam menawarkan suatu produk seperti Basreng yang selain harus merancang strategi dalam pemasarannya dan juga perlu untuk menawarkan value bagi konsumennya. Suatu usaha dalam pemasaran produk tidak hanya perlu menciptakan dan mempromosikan produk yang sedang dijual, sebaiknya dapat juga menghantarkan value (nilai) kepada konsumen (Andaru et al., 2015). Value proposition

berisi keunggulan suatu usaha, merupakan suatu alasan yang dapat meyakini target konsumen mengapa harus membeli produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2003). Merujuk pada value yang ditawarkan Basreng saat ini, perlu untuk meninjau ulang value yang telah dirancang sebelumnya. Keunggulan yang dimiliki oleh Basreng adalah dari segi rasa dan harga yang tergolong murah.



Penerapan produk inovasi yang telah kami buat sampai pada tahap sosialisasi di ibu-ibu PKK Lembang Pitung Penanian. Mayoritas masyarakat yang telah mencicipi basreng ini beranggapan bahwa rasanya enak. Kami meyakini bahwa inovasi ini dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai usaha rumahan oleh pribadi maupun oleh kelompok usaha masyarakat, melihat dari keunikan dan rasanya. Hal ini juga sejalan dengan aspek pertumbuhan ekonomi, khususnya pada SDM. SDM berperan sebagai elemen utama dibandingkan elemen lainnya, seperti teknologi maupun modal. Karena manusialah yang kemudian akan mengendalikan faktor lainnya tersebut. Cepat lambatnya proses pembangunan tergantung kepada sejauh mana SDM selaku subjek pembangunan memiliki kompetensi yang memadai untuk melaksanakan proses pertumbuhan ekonomi. Adanya pengembangan SDM masyarakat melalui kreativitas dalam membuat produk basreng ini pun turut menjadi pendukung dalam pertumbuhan ekonomi mulai dari UMKM kecil-kecilan di Lembang Penanian.

Kegiatan pendampingan lain yang dilakukan adalah pembuatan packaging produk. Pembuatan packaging produk dilakukan dengan tujuan agar produk yang dihasilkan dikemas terlindungi, awet dan lebih higienis. Tujuan lainnya juga adalah agar produk terlihat menarik dan mudah dikenal luas oleh masyarakat sehingga berdampak pada peningkatan jumlah produksi dan omset (Florina et al., 2019). Packaging juga dilakukan agar produk terlindungi dari penyebab kerusakan dari luar seperti, air, cahaya, oksigen dan atau dari serangga serta untuk mempertahankan mutu, nilai gizi dan memperpanjang umur simpan (Florina et al., 2019). Sisi lainnya adalah pengemasan produk Basreng ditujukan agar desain packaging sesuai dengan bentuk, ukuran yang cocok dan mampu menarik pembeli. Terlebih dewasa ini packaging juga dituntut untuk ramah lingkungan dan aktif dalam memberikan perlindungan produk (active packaging) serta cerdas dalam memberikan informasi kondisi produk (intelligent packaging). Selain pendampingan pembuatan packaging kami juga mendampingi dari segi pemasaran.

Strategi pemasaran dengan memanfaatkan digital marketing dalam keberadaan bisnis kuliner dapat dilaksanakan dengan baik jika pelaku usaha memahami perilaku konsumen sejalan dengan perkembangan teknologi (Nadya, 2016). Salah satu media yang memegang peranan penting adalah media sosial sebagai media untuk mengembangkan, memperluas dan mengoptimalkan pemasaran yang memberikan dampak bagi penjualan (Eriyani et al., 2023). Untuk memperluas pelanggan bagi Basreng perlu dilakukan promosi untuk mempromosikan dagangannya dengan menggunakan Instagram, Facebook dan Tiktok.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil yang telah dicapai, pembuatan basreng dapat membantu masyarakat di Lembang Pitung Penanian. Usaha makanan ringan basreng memiliki potensi yang cukup menjanjikan. Dengan memberikan kualitas dan rasa yang lebih baik serta promosi yang efektif, usaha makanan ringan basreng dapat menjadi pilihan makanan ringan yang menguntungkan. Modal yang dibutuhkan untuk membuka usaha ini cukup terjangkau dan proyeksi keuntungan juga cukup besar untuk sukses dan berkembang dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andaru, R. K., Arifin, Z., & Wilopo. (2015). Pengembangan Value Proposition Dalam Penetapan Strategi Pemasaran (Studi Kasus terhadap Mobil Toyota Agya di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 23(1), 1–10.
- Eriyani, R. N., Murtadho, F., Anwar, M., Utami, S. R., Haikal, M. S., Azmuna, N. F., & Ayu, D. P. (2023). Pemberdayaan Advertensi Digital Produk UMKM Berbasis Media Sosial Di Kelurahan Bahagia, Babelan, Bekasi. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(1), 271–280.
- Florina, I. D., Mulyani, S., & Khusna, I. H. (2019). Pembuatan Kemasan Produk Ikan Asap sebagai Strategi Promosi Produk di Desa Suradadi, Tegal. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4), 594–602. <https://doi.org/10.30653/002.201944.233>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. In Indeks Gramedia, Jakarta (Kesembilan). PT. Indeks Gramedia
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga (Jilid 1 Edisi 12). Erlangga.
- Nadya. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. In *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 2). www.borukaro.com