



Jurnal Pengabdian Cendikia Nusantara (PCN)

Journal homepage: <https://www.ejournal.ybpindo.or.id/index.php/pcn>

Pembinaan Pengembangan Produk Makanan Menggunakan Bahan Kearifan Lokal

Development of Food Products Using Local Wisdom Ingredients

Arsyad Sumantika^{1*}, Ganda Sirait²

Email: arsyad.sumantika@puterabatam.ac.id, ganda@puterabatam.ac.id

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia

*) corresponding author

Keywords	Abstract
Coaching, Development Products, Home Business	<i>One of the obstacles in home businesses is not only related to product quality which is not uniform, but also in the aspect of product development. Household businesses in the Tembesi area are one area whose residents have many businesses, especially in the food sector, but are constrained in terms of quality and development. The aim of this community service is to help businesses in the Tembesi environment to carry out innovation and business development in accordance with standardization in order to create uniformity and product quality. The method used by the lecturer service team is to provide guidance and counseling to business actors in the Tembesi area. The extension material is divided into 3 categories, namely idea alignment, product innovation, and profit and loss calculations. Based on the results of the coaching, there are points that need to be considered, namely: (1) Partners feel that they are quite helped in terms of coaching, (2) Partners have a desire to improve product quality, and (3) Partners have better financial management. However, there are obstacles that must be considered, such as: (1) Not all partners agree because they still adhere to conventional principles, (2) Partners do not want to take risks because their business is already quite profitable for them. Based on this, the lecturer service team needs to further develop and carry out counseling in stages so that the program proposed by the service team can run optimally.</i>
Kata Kunci	Abstrak
Pembinaan, Produk Perkembangan, Usaha Rumah Tangga	Salah satu kendala dalam usaha rumah tidak hanya terkait kualitas produk yang tidak seragam, tetapi juga pada aspek pengembangan produk. Usaha Rumah Tangga di Daerah Tembesi merupakan salah satu wilayah yang penduduknya memiliki banyak usaha terutama pada sektor makanan, namun terkendala dalam hal kualitas dan pengembangan. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah membantu para usaha di lingkungan tembesi untuk melakukan inovasi dan pengembangan usaha sesuai dengan standarisasi agar tercipta keseragaman dan mutu produk. Metode yang dilakukan oleh tim pengabdian dosen adalah melakukan pembinaan dan penyuluhan terhadap para pelaku usaha di daerah tembesi. Materi penyuluhan dibagi menjadi 3 kategori, yaitu penyelerasan ide, inovasi produk, dan perhitungan laba rugi. Berdasarkan hasil pembinaan, terdapat point yang perlu diperhatikan, yaitu:

(1) Mitra merasa cukup terbantu dalam hal pembinaan, (2) Mitra memiliki keinginan dalam peningkatan mutu produk, dan (3) mitra memiliki manajemen keuangan yang lebih baik. Namun terdapat kendala yang harus diperhatikan, seperti : (1) Tidak semua mitra setuju karena masih memegang prinsip konvensional, (2) Mitra tidak ingin mengambil resiko karena usahanya sudah cukup menguntungkan bagi mereka. Berdasarkan hal tersebut tim pengabdian dosen perlu mengembangkan lagi dan melakukan penyuluhan secara berjenjang agar program yang diusulkan oleh tim pengabdian dapat berjalan secara maksimal.

1. Pendahuluan

Tingkat kesejahteraan masyarakat ditentukan oleh tingkat perekonomian. yang tumbuh dengan baik. Tingkat perekonomian salah satunya didasarkan pada tingkat pertumbuhan dan rasio tingkat kemiskinan. Berdasarkan data BPS 2020, persentase penduduk Kota Batam yang berada di bawah garis kemiskinan sebesar 4,85%, dengan garis kemiskinan sebesar Rp 686.956 per kapita per bulan, sedangkan laju pertumbuhan ekonomi di tingkat daerah atau Provinsi Kepulauan Riau semakin pesat, seperti di Batam. Kota yang mengalami pertumbuhan pada tahun 2019 yaitu masing-masing sekitar 4,89 persen dan 5,92 persen. Kondisi ini juga didukung oleh data berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS). Berdasarkan data pada 2020 menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran per kapita bulanan kota Batam untuk kelompok makanan mencapai Rp 854.178 dan kelompok non makanan mencapai Rp 1.166.669.

Kondisi di Kota Batam dipengaruhi oleh keberadaan perusahaan swasta sebagai sumber penghidupan khususnya bagi warga Tembesi. Namun kondisi ini dapat dikatakan berbanding terbalik dengan tingkat pengangguran yang diakibatkan oleh PHK atau bangkrutnya perusahaan. Hal ini mengakibatkan masyarakat khususnya perumahan Tembesi mencari alternatif lain untuk mencapai tujuan tersebut. membutuhkan kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah ibu-ibu rumah tangga yang mulai kreatif dan inovatif untuk menghasilkan produk yang bisa dijual.

Para ibu rumah tangga ini memasak makanan olahan hingga bisa dijual di beberapa tempat seperti kantin, warung atau pasar. Olahan pangan yang dihasilkan ibu rumah tangga antara lain olahan ubi menjadi keripik dan olahan kedelai menjadi makanan ringan. Usaha rumah tangga di Perumahan Tembesi kini telah mencapai lima usaha salah satu jenis rumah tangga yaitu perusahaan yang memproduksi makanan ringan seperti keripik, kacang panggang dan makanan ringan gurih lainnya. Jajanan ini diproduksi secara tradisional oleh ibu-ibu rumah tangga di Rumah Tembesi, seperti memotong ubi menggunakan alat pemotong sederhana (pisau) dan menggoreng ubi dalam wajan. sederhana (penggorengan), tiriskan minyak menggunakan koran dan kemas produk dalam kantong plastik standar dan segel plastik. Metode produksi yang sangat selesai tradisional karena terbatasnya pengetahuan ibu rumah tangga pemilik usaha ini tentang produk dan kemasan produk yang cocok dan menarik. Ibu-ibu Rumah tangga pada umumnya hanya memahami bagaimana menghasilkan suatu produk, namun tidak memahami bagaimana cara menjualnya dengan benar dan menarik kemasan dan Label pada UMKM (1).

Ibu rumah tangga hanya mengemas makanan tanpa memberi label atau menandainya. Apalagi ibu Rumah tangga juga tidak mengerti Desain kemasan produk yang sesuai dan menarik. Menurut (2, kemasan adalah suatu wadah yang mungkin membantu mencegah atau mengurangi kemungkinan kerusakan pada bahan yang dikemas/dibungkus (3). Pada prinsipnya pengemasan vakum adalah penghilangan gas dan uap air dari produk yang dikemas, sedangkan pengemasan non vakum dilakukan tanpa pelepasan gas dan uap air yang terkandung dalam produk (4).

Menurut hasil pekerjaan umum yang dilakukan (5), pengemasan dan pemberian label atau branding dalam kegiatan pemasaran produk pangan sangatlah penting. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai alat perlindungan produk, tetapi juga menyempurnakannya Selain desain, salah satu aspek pengembangan produk yaitu branding produk juga memegang peranan penting dalam

aspek pemasaran suatu produk (6). Citra merek merupakan visi dan keyakinan yang tersembunyi di benak konsumen, sebagai cerminan dari asosiasi yang tersimpan dalam ingatan konsumen (7). Ada 3 kategori pelanggan yang merespons merek: promotor, pasif, dan simpatisan. Promotor kelompok yang paling berharap untuk meningkatkan penjualan produk, sementara kelompok yang menentang kemungkinan besar tidak akan merekomendasikan produk tersebut (8).

Berdasarkan analisis situasi di atas, perlu adanya pemberdayaan ibu rumah tangga melalui perluasan usaha rumahan. Itu sebabnya membutuhkan ada kontribusi warga negara untuk meningkatkan potensi usaha rumahan (URT) dengan memberdayakan masyarakat tidak produktif seperti ibu rumah tangga. Bentuk kontribusi civitas akademika adalah melalui pengajaran dan pendampingan URT. Pembinaan dan pendampingan ditujukan untuk meningkatkan pengembangan produk dalam hal variasi produk. Yang menghasilkan, meningkatkan peluang memasarkan produk dalam hal kemasan dan label/merek produk yang dijual, serta membimbing URT dalam mengembangkan produk dengan alokasi biaya yang telah ditentukan.

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka dirumuskan permasalahan yang perlu diselesaikan melalui pengembangan kemitraan masyarakat (PKM), yaitu: Usaha rumahan belum memahami desain produk untuk pengembangan produk dari segi variasi produk hingga meningkatkan daya saing, Rumah Tangga Usaha Rumahan kurang memahami merek dan desain kemasan produk yang menarik untuk mengemas produk guna meningkatkan penjualan, Usaha rumahan kurang memahami pentingnya mengalokasikan biaya pengembangan produk agar harga jual dapat dikendalikan, dan Bisnis Keluarga belum menggunakan aplikasi untuk mengembangkan merek dan kemasan produk guna memperluas pangsa pasar.

Oleh karena itu permasalahan yang ada, solusinya yang akan ditransfer membantu Usaha rumahan di kompleks perumahan Tembesi, Kota Batam, sebagai bagian dari kegiatan pengembangan kemitraan masyarakat. Itu termasuk: (a) Pembinaan itu relatif pentingnya memahami produk dan desain produk. Desain produk untuk bisnis rumahan penting karena dapat berkembang variasi lain dari produk Jadi daya saing penjualan meningkat. Oleh karena itu, perlu adanya pemberian rekomendasi mengenai produk dan desain produk untuk usaha rumahan di Komplek Perumahan Tembesi Kota Batam. (b) Pedoman mengenai branding dan pengemasan produk. Branding dan pengemasan produk bagi bisnis rumahan merupakan hal yang penting agar bisa berkembang. pemasaran produk. Oleh karena itu, perlu adanya pemberian pedoman branding dan pengemasan produk untuk meningkatkan jaringan distribusi produk sehingga mitra dapat meningkatkan keuntungan usaha. (9). (c) Pedoman pentingnya pengalokasian biaya pengembangan produk. Kegiatan pengembangan produk jelas mengeluarkan biaya, mulai dari awal perancangan produk dan desain kemasan hingga pengemasan produk. Oleh karena itu, perlu mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk mengembangkan produk versus harga jual produk di masa depan, serta (d) pelatihan penggunaan aplikasi untuk merancang kemasan produk. Desain kemasan produk yang tepat dan menarik dapat meningkatkan pemasaran produk, yang kemudian berdampak pada peningkatan keuntungan usaha. Oleh karena itu perlu adanya pelatihan desain kemasan produk (10).

2. Metode

Pengabdian pengembangan kemitraan masyarakat ini dilakukan di Perumahan Bumi Sakinah, Tembesi, Sagulung, Batam. Secara garis besar pengembangan kemitraan masyarakat ini terdiri dari: (1) Pemaparan materi tentang pentingnya produk dan desain produk dan (2) Pemaparan materi tentang pentingnya pembagian biaya pengembangan produk. Pengembangan ini dilakukan oleh tim dosen dengan sasaran usaha rumah tangga di Tembesi, adapun untuk waktu pelaksanaannya dilakukan secara berjenjang setiap bulan sekali dari Februari sampai April 2023. Kemudian pada tahap akhir dilakukan evaluasi secara menyeluruh. Evaluasi dilakukan 6 bulan setelah usaha rumah tangga melakukan pengembangan produk dan dijual ke pasar atau

masyarakat. Adapun secara lebih detail pelaksanaan kegiatan kemitraan ini dijelaskan pada langkah-langkah dibawah ini.

Pada tahap perencanaan, tim dosen melakukan *survey* pendahuluan ke calon mitra. Survey dilakukan di usaha rumah tangga perumahan tembesi. Tim dosen melakukan identifikasi mengenai permasalahan yang terjadi di calon mitra, kemudian melakukan perumusan masalah. Perumusan masalah nantinya digunakan sebagai bahan atau materi dalam menyampaikan pembinaan. Berdasarkan hasil diskusi didapatkan bahwa usaha rumah di tembesi memiliki kendala dalam hal pengembangan produk. Pada saat ini produk yang dihasilkan relatif sama dengan usaha lain tanpa adanya perbedaan dengan yang lain. Oleh karena itu diperlukan pengembangan produk misalnya produk berbahan dasar daging ayam untuk dijadikan produk yang memiliki variasi yang beraneka ragam.

Kemudian pada tahap selanjutnya yaitu tahap pelatihan, tim dosen melakukan kegiatan pembinaan. Kegiatan pembinaan terdiri dari beberapa pertemuan yang dilakukan dari Januari 2023 sampai April 2023. Pada pertemuan pertama disampaikan materi mengenai pentingnya variasi produk dan desain produk, kemudian pada pertemuan kedua disampaikan materi terkait pembuatan desain produk dan usulan variasi produk, dan pada pertemuan ketiga disampaikan materi terkait alokasi biaya pengembangan produk dan estimasi profit.

Setelah pembinaan dilakukan, kemudian dilakukan evaluasi, Evaluasi dilakukan setelah 6 bulan ketika usaha rumah tangga tersebut sudah melakukan implementasi berupa pengembangan produk. Kriteria evaluasi berupa bertambahnya keuntungan usaha rumah tangga dan banyaknya konsumen yang datang melakukan pembelian.

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah pelayanan diberikan maka dilakukan penilaian terhadap kegiatan. Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan memberikan rekomendasi dan pelatihan kepada mitra pengabdian. Penilaian dilakukan dengan melakukan pre-test untuk mengetahui tingkat pemahaman terhadap usulan kegiatan. Pembinaan dilakukan dengan membantu mitra memahami materi layanan yang akan diberikan. Setelah pelaksanaan pembinaan, kegiatan pelatihan dilanjutkan mitra dalam pelaksanaan program pelayanan yang diberikan.

Pada tahap awal pelaksanaan kegiatan tim pengabdian masyarakat melakukan *survey* ke lokasi binaan di Tembesi. Survey dilakukan dengan cara melakukan kunjungan langsung ke usaha rumah tangga di tembesi dan menanyakan kondisi perkembangan usaha tersebut. Setelah melakukan pengecekan, maka dipilihlah usaha rumah tangga yang sesuai dengan kriteria. Salah satu kriteria yang digunakan adalah usaha yang sedang berkembang yang belum memiliki inovasi dan variasi produk. Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra, ditemukan bahwa mitra membutuhkan inovasi produk agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan usaha rumah tangga lainnya. Setelah tahap awal selesai, kemudian tim pengabdian masyarakat melakukan pembinaan terhadap mitra usaha rumah tangga yang terpilih. Usaha rumah tangga yang terpilih berlokasi di perumahan tembesi dengan produk berbahan dasar daging ayam.

Pada tahapan selanjutnya dilakukan pembinaan berdasarkan identifikasi kebutuhan konsumen. Pembinaan dilakukan dalam beberapa pertemuan. Pada pertemuan pertama dilakukan diskusi terkait permasalahan yang terjadi dengan cara menguraikan langkah yang perlu dilakukan selanjutnya. Kemudian pada pertemuan selanjutnya dilakukan diskusi terkait pentingnya pengembangan produk dengan tujuan awal mitra paham pentingnya pengembangan produk. Kemudian pada pertemuan selanjutnya tim pengabdian masyarakat melakukan pemaparan terhadap materi produk dan desain produk, tujuan pemaparan adalah mitra dapat mendesain hasil perkembangan produk secara mandiri untuk menciptakan produk baru dan variasi produk yang sejenis. Kemudian pada tahap selanjutnya tim pengabdian masyarakat melakukan diskusi terkait alokasi biaya pengembangan produk. Alokasi biaya pengembangan produk memperhatikan estimasi terkait profit yang diterima dan biaya pengembangan produk yang

harus dihitung. Kemudian pada tahap akhir dilakukan evaluasi terhadap pengembangan produk. Evaluasi dilakukan setelah 6 bulan pengembangan produk agar dapat dievaluasi secara tepat

Dari segi keberlanjutan program pelayanan, pelayanan yang diberikan melalui pengembangan kemitraan masyarakat dapat memberikan dampak terhadap peningkatan perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Secara khusus, kegiatan-kegiatan ini dapat ditingkatkan perkembangan dan pemasaran (9).

Produk URT Tembesi menjadi usaha kecil dan menengah (IKM) sebagai mitra layanan. Keberlanjutan operasional dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pemasaran di luar kota Batam. Selain itu, produk URT Tembesi 1 berpotensi menjadi makanan jajanan khas Kota Batam yang mampu bersaing dengan produk luar negeri.

Berdasarkan hasil evaluasi terkait pembinaan mitra, terdapat beberapa point penting yaitu: (1) mitra memahami pentingnya penampilan produk, namun mitra belum mengetahui yang terbatas tentang caranya perkembangan penampilan produk sebelum pengembangan kemasan, (2) mitra memiliki pemahaman bahwa dalam produksi dan penjualan produk perlu memperhatikan kualitas bahan baku, keamanan bahan baku yang digunakan dan kebersihan produk, namun mitra kerja belum memiliki kompetensi untuk mengembangkan produk dengan kualitas produk mengenai pengemasan produk, (3) mitra memahami pentingnya alokasi biaya bagi usaha/perusahaan, namun mitra masih belum memahami bahwa alokasi biaya pengembangan usaha perlu diperhatikan dan diatur dalam keuangan perusahaan. perusahaan bisnis, dan (4) Mitra memiliki tambahan profit ketika melakukan implementasi sejak 6 bulan dilakukan pembinaan. Oleh karena itu berdasarkan evaluasi, tim dosen perlu melakukan pendampingan lagi pada masa mendatang agar implementasi berdasarkan hasil pembinaan dapat berjalan secara maksimal.

4. Simpulan

Rumah tangga Tembesi melaporkan bahwa pemahaman mitra meningkat setelah membaca materi. Para mitra sangat antusias mengembangkan produk dengan harapan dapat meningkatkan permintaan konsumen. Namun, masih ada beberapa program peningkatan yang perlu diberikan kepada mitra untuk memaksimalkan pertumbuhan bisnisnya. Kemudian berdasarkan keberhasilan yang dicapai dan kendala yang dihadapi, berikut rencana tahapan selanjutnya yang akan dilaksanakan dalam kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat, yaitu: Berikutnya: (1) Pelatihan merek dan kemasan produk. Branding dan pengemasan produk untuk URT penting untuk meningkatkan pemasaran produk. Oleh karena itu, perlu adanya pemberian pedoman branding dan pengemasan produk untuk meningkatkan jaringan distribusi produk sehingga mitra dapat meningkatkan keuntungan usaha. (2) Pelatihan penggunaan aplikasi desain kemasan produk. Desain kemasan produk yang tepat dan menarik dapat meningkatkan pemasaran produk, yang kemudian berdampak pada peningkatan keuntungan usaha.

5. Saran

Berdasarkan aktivitas kesetiaan Yang dilakukan oleh tim pengabdian, terdapat beberapa saran sebagai berikut :

1. Penyediaan materi yang harus menyampaikan konsep akademik dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami mitra karena adanya perbedaan tingkat pendidikan tim pengabdian.
2. Untuk menyampaikan materi secara bertahap diperlukan beberapa langkah karena mitra perlahan mempelajari pengembangan produk dan masih ada rasa khawatir jika produk dikembangkan akan berdampak terhadap peningkatan biaya. Saran-saran terkait pemangku kepentingan dan untuk pengabdian lebih lanjut guna menutup kekurangan pengabdian

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Usaha Rumah Tangga Tembesi yang telah mempercayai penulis sebagai nara sumber dalam pengabdian masyarakat ini.

Referensi

1. Raharja SJ, Natari SU. PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL. Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2021 May 5;4(1):108.
2. Rudiana R, Sutisna J, Afifah DF. PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PRODUK MAKANAN BERBASIS POTENSI LOKAL DI DESA CILEMBU SUMEDANG. Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat. 2022 Aug 7;3(2):65.
3. Dewi Puspa Arum, Siti Nurhaliza, Betaria Novila Ananda Putri, Fatima Azrina Pramesthi, Dini Hiqmatul Hayati, Muhammad Handito Perwira Negara, et al. Pengembangan Produk Branding Sebagai Penguatan Dalam Pemasaran Rumah Produksi Jamur Pada Paimo Farm. Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat. 2023 May 28;1(2):134–46.
4. Diyah Lestari H, Pujiastuti R, Ekonomi dan Bisnis F, Wijayakusuma Purwokerto Kampus UNWIKU Jalan Beji Karangsalam Purwokerto U, Kunci K. PENGEMBANGAN PRODUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN HASIL PRODUKSI UMKM. 2022; Available from: <https://wikucitya.unwiku.ac.id/>
5. Habibi NS, Fitrianti RN, Efendi J, Kasanova R. PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK UMKM DI DESA LARANGAN TOKOL JAWA TIMUR. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri). 2022 Jun 24;6(3):2275.
6. Delvika Y. Analisis Kualitas Produk Rumah Tangga Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) Pada PT. ABC. Vol. 4, Jurnal Ilmiah Teknik Industri Prima. 2020.
7. Bastian DA. Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. Vol. 2, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. 2014.
8. Komariyah S, Fajri H, Alham F, Syarief Thayeb J, Langsa Lama K, Langsa K. PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA (IRT) RENGGINANG DI GAMPONG SUKAJADI KEBUN IRENG, LANGSA LAMA. 2023;7(1).
9. Herwanto D, Nugraha B, Hamdani H, Galang Gemilang Putra C. PEMBERDAYAAN STRATEGI UMKM MELALUI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT. 2021;5(1).
10. Yuliani R. Pingkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label pada UMKM. 2020.