

PENINGKATAN PENGETAHUAN INOVASI DALAM PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN BAGI PELAKU USAHA KULINER SERABI DI DESA PANYAUNGAN JAYA KECAMATAN CIOMAS

Haris Triono Sigit¹, Zaenal Muttaqien²

¹Jurusan Informatika, Universitas Serang Raya

²Jurusan Sistem Informasi, Universitas Serang Raya

*Corresponding Author

Email : haris.t.sigit@gmail.com

Abstrak

Desa Panyaungan Jaya memiliki potensi ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan, terlihat dari banyaknya pelaku usaha kuliner yang memproduksi beragam jenis makanan cemilan. Salah satu usaha yang terdapat di desa ini adalah usaha kuliner serabi. Pengolahan produk serabi yang ada saat ini masih menggunakan peralatan tradisional dan lingkup pemasarannya pun terbatas hanya di desa sekitar. Produk serabi yang dihasilkan hanya terdiri dari dua pilihan rasa yaitu gurih dan manis yang dibungkus dengan kemasan produk yang masih sederhana. Oleh karena itu perlu dilakukan inovasi untuk menjadikan produk serabi sebagai salah satu kuliner favorit yang diminati oleh masyarakat. Upaya yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat diantaranya adalah pelatihan cara pembuatan serabi dengan pengembangan inovasi rasa dan seminar tentang teknik kreatif pengemasan produk dan strategi memasarkan produk di era milenial.

Kata Kunci: Ekonomi kreatif, Serabi, Inovasi rasa, Kemasan.

Abstract

Panyaungan Jaya Village has creative economic potential that can be developed, as seen from the number of culinary entrepreneurs who produce various types of snacks. One of the businesses in this village is Serabi culinary business. The processing of Serabi products currently still uses traditional equipment and the scope of marketing is limited to surrounding villages. Serabi is produced only consists of two choices of taste, savory and sweet wrapped in a product packaging that is still simple. Therefore it is necessary to make innovations to make Serabi as one of the favorite culinary that is in demand by the community. Efforts made in the community service program include training in how to make Serabi with the development of taste innovations and seminars on creative product packaging techniques and product marketing strategies in the millennial era.

Keywords: *creative economy, Serabi, Taste Innovations, Packaging.*

PENDAHULUAN

Desa Panyaungan Jaya adalah salah satu dari 11 desa di kecamatan Ciomas kabupaten Serang provinsi Banten. Lokasi desa ini berada 1 Km dari pusat pemerintahan kecamatan, 20 Km dari pemerintahan kabupaten Serang dan jarak tempuh dari ibukota provinsi Banten sejauh 15 Km. Letak geografis desa ini adalah sebelah utara berbatasan dengan desa Sukabares, sebelah selatan berbatasan dengan gunung karang, sebelah barat berbatasan dengan desa Sukarena dan di sebelah timur berbatasan dengan desa Citaman.

Jumlah penduduk di desa Panyaungan Jaya sebanyak 3502 jiwa yaitu 1734 perempuan dan 1768 laki-laki. Dari jumlah tersebut terdapat jumlah kepala keluarga sebanyak 845 kepala keluarga. Tingkat pendidikan masyarakat masih di bawah target Pendidikan Nasional (minimal SLTA/MA) karena tingkat pendidikannya masih didominasi oleh lulusan SD/MI.

Berdasarkan hasil observasi, struktur mata pencaharian masyarakat di desa ini mayoritas sebagai petani atau buruh tani yaitu sejumlah 975 orang,

sedangkan yang berprofesi pedagang hanya 84 orang. Pelaku usaha yang ada di desa memproduksi beberapa aneka jenis makanan seperti cemilan enye-enye, serabi dan lain-lain. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yang menjadi fokus kegiatan adalah pada masyarakat pelaku usaha serabi.

Produk serabi di desa Panyaungan Jaya masih dikelola dengan cara tradisional, alat-alat standar dengan pengemasan yang standar pula. Demikian pula dengan serabi umumnya yang ada di tempat lain, pilihan produk serabi di desa ini juga terdiri dari 2 rasa yaitu rasa gurih (warna putih) dan rasa manis (warna coklat). Suatu kegiatan usaha sulit untuk berkembang bila pelaku usaha tidak melakukan inovasi. Menurut Kamus besar bahasa Indonesia, Inovasi adalah penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat). Namun masyarakat sulit untuk berinovasi karena minimnya pengetahuan dan wawasan dalam membuat inovasi produk.

Beberapa inovasi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk adalah dengan menciptakan varian

rasa, membuat kemasan yang lebih baik dan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran. Inovasi melalui pengembangan varian rasa seperti halnya yang telah dilakukan di desa Sambirejo Timur kecamatan Persut Sei Tuan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan pengolahan keripik pisang yang semula hanya satu rasa menjadi 2 rasa yaitu rasa coklat dan keju dengan cara menggunakan bubuk coklat tabur dan bubuk keju tabur yang berkualitas sehingga membuat rasa menjadi lebih enak (Yulita Triadiarti dkk, 2017).

Pada Kelompok Usaha Masyarakat Olahan Telur Asin Aneka Rasa (KUM OTARA) di kelurahan Sekaran kecamatan Gunungpati Semarang telah dilakukan pelatihan pengolahan telur asin aneka rasa dengan menggunakan mesin UPSE dan teknik perendaman manual yang menghasilkan variasi rasa telur asin yaitu rasa bawan, original dan rasa bakar. Kelompok Usaha ini pun diberikan pengetahuan tentang pemasaran *online* dengan memanfaatkan media sosial serta dibuatkan desain label kemasan produk untuk menarik minat konsumen dan

menjangkau pemasaran lebih luas. (Hadikawuryan dkk, 2019).

Demikian pula dengan upaya pemberdayaan ibu rumah tangga di desa Kalirejo Lawang kecamatan Lawang kabupaten Malang dilakukan melalui pelatihan pembuatan penganan coklat dengan varian inovasi isi, rasa dan pengemasan menghasilkan produk penganan Cokelat Isi Kurma, Cokelat Isi Selai dan Cokelat Coco Crunch dengan pengemasan yang menarik sehingga dapat dijual pada toko atau pasar dan juga pada *event organizer* dalam bentuk souvenir maupun parcel hantaran. (Riski Febria Nurita, 2016).

Selain cita rasa produk, kemasan merupakan salah satu faktor penting karena Kemasan seringkali disebut sebagai "*The Silent Sales-Man/Girl*" karena mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk (Zayyinul Hayati Zen, dkk : 2017). Kemasan yang menarik dapat memberikan kesan yang baik bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan. Kemudian dalam hal pemasaran, permasalahan keterbatasan jangkauan pasar dapat diatasi dengan memanfaatkan teknologi informasi

untuk pemasaran secara daring. Turban (dalam Evaluata Br Sembiring, dkk : 2019) menjelaskan bahwa Pemasaran digital (*digital marketing*) dalam pelaksanaannya menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran tradisional.

Sesuai dengan program pemerintah yaitu pengembangan wirausaha melalui usaha ekonomi kreatif dan mengingat peluang untuk pengembangan wirausaha di desa sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian desa, maka perlu dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk menambah pengetahuan warga masyarakat tentang usaha ekonomi kreatif yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pada kegiatan ini tim akan memberikan pelatihan tentang inovasi rasa pada makanan, teknik mengemas yang kekinian, proses pembuatan yang higienis, dan ditambah dengan seminar tentang strategi pemasaran produk di era millennial.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini menggunakan metode

pelatihan dan seminar. Tahapan kegiatannya dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut : (1) Membuat *Timeline* Kegiatan, (2) Observasi, (3) Sosialisasi Kegiatan Pengabdian, (4) Memberikan Pelatihan Tentang Inovasi Produk, (5) Mengadakan Seminar tentang Teknik Pengemasan dan Pemasaran dan (6) Evaluasi.

Keenam tahapan tersebut secara garis besar terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim pengabdian membuat perencanaan kegiatan dalam bentuk *timeline* kegiatan agar kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan terarah, terprogram dan terukur. Selanjutnya tim melakukan observasi dengan terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan pihak Kelurahan, Ketua RT dan Ketua RW untuk mendapatkan data tentang jenis usaha yang ada di desa berikut dengan para pelaku usahanya. Setelah menyelesaikan observasi, tim melakukan sosialisasi kegiatan pengabdian agar informasi kegiatan dapat tersampaikan kepada masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian ini.

Pada tahap pelaksanaan kegiatan, tim memberikan pelatihan tentang inovasi produk dan seminar tentang teknik pengemasan dan pemasaran di era milenial. Kedua kegiatan tersebut bertujuan untuk menambah wawasan masyarakat dalam melakukan inovasi untuk mengembangkan produk menjadi lebih berkualitas, cara mengemas produk yang lebih baik serta bagaimana memasarkan produk di era milenial dengan memanfaatkan teknologi.

Kemudian pada tahap akhir, tim melakukan evaluasi kegiatan untuk mengetahui apakah pelatihan dan seminar yang telah dilakukan memiliki dampak positif bagi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan inti yang dilaksanakan pada pengabdian masyarakat ini terdiri dari 2 macam kegiatan yaitu pelatihan inovasi produk dan seminar tentang teknik pengemasan dan pemasaran di era milenial. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di rumah salah satu warga desa Panyaungan Jaya yang dihadiri oleh kelompok ibu-ibu dan kegiatan seminar

dilaksanakan di aula kecamatan Ciomas yang dihadiri oleh warga yang sebagian besarnya kelompok ibu-ibu. Kedua kegiatan tersebut mendapat respon yang baik dan antusias dari warga masyarakat, terlihat dari slot ruangan yang penuh terisi.

Pada pelatihan inovasi produk ini tim melakukan *sharing knowledge* kepada warga masyarakat mengenai pentingnya inovasi agar dapat meningkatkan omset penjualan. Contoh inovasi yang dijelaskan pada warga masyarakat diantaranya adalah inovasi varian rasa. Kegiatan pelatihan dimulai dengan cara memproduksi Serabi secara higienis dan efektif terutama dari segi variasi rasa. Strategi yang dilakukan untuk menciptakan variasi rasa adalah dengan cara memproduksi terlebih dahulu serabi yang seperti biasanya, lalu untuk menambah cita rasa produk serabi yang ada, tim membuat bahan-bahan varian rasa yang ditempatkan pada bagian atas serabi (topping) sehingga diperoleh berbagai macam produk serabi dengan kreasi berbagai rasa yang dapat menarik perhatian konsumen.



Gambar 1.
Pelatihan Inovasi Produk Serabi dengan Varian Rasa
Sumber : Dokumentasi Tim Pengabdian, 2020

Dengan adanya kegiatan ini warga masyarakat khususnya pelaku usaha produk serabi diberikan contoh ide kreatif untuk pengembangan inovasi rasa. Semula produk serabi yang dihasilkan adalah rasa original (gurih dan manis) dan kini ditambah dengan penambahan *topping* dengan berbagai varian rasa keju, coklat, strawberry dan blueberry. Dengan pelatihan ini diharapkan masyarakat pelaku usaha dapat melakukan pengembangan inovasi baik varian rasa maupun bentuk lainnya secara mandiri agar dapat menambah atau meningkatkan produk secara kuantitas maupun kualitas

dengan tetap menjaga pengolahan produk secara higienis.

Setelah warga mendapatkan pelatihan tentang inovasi produk serabi dengan varian rasa, kegiatan selanjutnya adalah mengadakan seminar yang bertujuan memberikan *sharing knowledge* kepada masyarakat tentang teknik mengemas produk dan strategi pemasaran di era milenial. Pada sesi pertama disampaikan tentang bagaimana teknik mengemas produk yang baik untuk menambah daya tarik konsumen dan meningkatkan nilai jual. Uraian materi yang disampaikan sebagai berikut :

Tabel 1. Materi tentang teknik pengemasan produk yang disampaikan pada kegiatan seminar

No	Materi	Deskripsi
1	Defini Kemasan	Suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk
2	Fungsi Kemasan	Melindungi dan mengawetkan produk, sebagai identitas produk, sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merk yang tertera pada kemasan dan Meningkatkan efisiensi, seperti memudahkan proses penghitungan pengiriman dan penyimpanan produk
3	Ragam Kemasan	Kemasan kertas, kemasan kayu dan kemasan plastik
4	Desain Kemasan	Teknik mendesain kemasan harus mempertimbangkan beberapa aspek yaitu kemasan harus menjadi media komunikasi antar produsen dengan calon konsumen, memberikan daya tarik dari sisi visual dan dapat memberikan informasi isi kemasan sehingga memberikan persepsi yang baik terhadap produk yang dijual

Sumber : Syukrianti Mukhtar dan Muchammad Nurif (2015) yang diolah kembali oleh tim pengabdian masyarakat.

Selanjutnya pada sesi kedua disampaikan tentang strategi pemasaran di era milenial dengan uraian materi sebagai berikut :

Tabel 2. Materi tentang strategi pemasaran era milenial yang disampaikan pada kegiatan seminar

No	Materi	Deskripsi
1	Defini UKM	Sebuah bangunan usaha yang berskala kecil. Umumnya, ia dimiliki oleh perseorangan maupun kelompok. Usaha kecil menengah (UKM) yang ada di negara ini menyumbang sekitar 60% dari PDB (Product Domestic Bruto) dan juga memberikan kesempatan kerja pada banyak masyarakat
2	Pengusaha Kecil	Klasifikasi pengusaha kecil berdasarkan Total Asset, total penjualan bersih per tahun dan status kepemilikan
3	Marketing Tradisional dan Marketing Digital	Pemaparan tentang teknik marketing tradisional dan marketing digital dilihat dari sisi media yang digunakan, bagaimana cakupan pemasaran yang dapat dijangkau dan perbandingan tingkat efektifitas kedua macam marketing tersebut

Sumber : Data Sekunder yang diolah kembali oleh tim pengabdian masyarakat.

Pada saat sebelum diadakan seminar, para pelaku usaha masih menggunakan cara tradisional untuk mengemas produk dan belum memahami manfaat/keuntungan dari kemasan yang menarik. Dalam seminar yang diadakan oleh tim, pengetahuan tentang cara mengemas produk dari zaman dahulu hingga zaman modern dijelaskan kepada masyarakat pelaku usaha. Dari hasil *sharing knowledge* ini masyarakat menjadi lebih mengerti tentang teknik mengemas produk dan memotivasi masyarakat pelaku usaha agar dapat lebih kreatif

dalam membuat kemasan produk sehingga dapat menambah minat beli konsumen. Demikian pula dengan permasalahan pemasaran, dengan adanya seminar strategi pemasaran di era milenial masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang marketing digital dengan pemanfaatan fitur-fitur teknologi informasi untuk kepentingan pemasaran produk sehingga diharapkan masyarakat pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi informasi tersebut untuk menambah jangkauan pemasaran produk buatanya.



Gambar 2.

Hasil Kreasi Inovasi Kemasan Produk
Sumber : Dokumentasi Tim Pengabdian

PENUTUP

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, dari rangkaian hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat di desa Panyaungan

Jaya kecamatan Ciomas maka dapat disimpulkan :

1. Pelatihan tentang pengembangan inovasi produk serabi melalui variasi rasa produk telah memberikan

dampak yang positif bagi masyarakat pelaku usaha. Hal ini dapat dilihat dari antusiasnya para pelaku usaha mengikuti kegiatan dari awal pelaksanaan kegiatan hingga selesai.

2. Pengetahuan tentang teknik pengemasan dan strategi pemasaran di era millennial dapat memberikan sumbangan pemikiran ide-ide kreatif bagi masyarakat pelaku usaha sehingga dapat meningkatkan produksi secara kuantitas maupun kualitas dan mampu meningkatkan pengetahuan warga masyarakat mengenai teknik pemasaran di era milenial.

REFERENSI

- Danang Subarkah Hadikawuryan, dkk. (2019). Pelatihan Pembuatan Telur Asin Aneka Rasa Kelompok Usaha Masyarakat Otara di Sekaran Gunungpati Kota Semarang. *Jurnal Abdimas Vol 23 No.1*
- Evaliata Br Sembiring, dkk. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Kampung Rempang Cate Melalui Pelatihan Pemasaran Digital untuk Produk Unggulan Pasir Panjang. *Abdimas-Polibatam, Vol. 1, No. 2.*
- Riski Febria Nurita. (2016). Upaya Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Di Desa Kalirejo Lawang Dengan Tujuan Memotivasi Kewirausahaan Mandiri (Pelatihan pembuatan penganan coklat dengan varian inovasi isi, rasa dan pengemasan). *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang Vol 1 No. 2.*
- Syukrianti Mukhtar dan Muchammad Nurif (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *jsh Jurnal Sosial Humaniora, Vol 8 No.2.*
- Yulita Triadiarti, dkk. (2017). Pengembangan varian rasa produk kripik pisang industri rumah tangga di kecamatan percut sei tuan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) Volume 23 No. 4.*
- Zayyinul Hayati Zen, dkk. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk Umkm Di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI Vol.1, No.2.*

Dokumen

Data Demografi Desa Panyaungan Jaya Kecamatan Ciomas.

Internet

<https://kbbi.web.id/inovasi> diakses pada tanggal 21 Mei 2020.