

PENINGKATAN PRODUKSI DAN PENGEMBANGAN PEMASARAN INDUSTRI RUMAH TANGGA PANGAN KHAS KABUPATEN TABANAN IBU SUMAWATI

Made Agus Putra Subali¹⁾, I Gusti Rai Agung Sugiarta²⁾, Anak Agung Gede Purantara³⁾

¹⁾Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Denpasar, Indonesia; *madeagusputrasubali@gmail.com

²⁾Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Denpasar, Indonesia; sugiarta@stikom-bali.ac.id

³⁾Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Denpasar, Indonesia; gedepurantara@stikom-bali.ac.id

⁴⁾Made Agus Putra Subali; E-mail addresses: madeagusputrasubali@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received June 24, 2024

Revised September 27, 2024

Accepted December 15, 2024

Available online December 30, 2024

Keyword: Balinese Traditional Food, Increasing Product Quantity, Social Media Marketing, UMKM Traditional Food.

Copyright ©2024 by Author. Published by
Fakultas Teknik dan Informatika
Universitas PGRI Mahadewa Indonesia

Abstract. The partner traditional food home industry sells *lawar*, *tum*, and *timbangan*. Every day the partners process 6 kg of meat, 0.5 kg of chilies, 1 kg of shallots, and 0.5 kg of garlic. The amount of production in a day reaches 5 *timbangan*, 12 packs of *lawar*, and 50 packs of *tum*. The produce is marketed locally at partners' kiosks from four in the afternoon to seven in the evening. The partner's business has the potential to develop further, because the number of orders on holidays and weekends can increase by up to 50% currently, the partner has problems with a shortage of production and product marketing quantities. The solution to overcome partner problems is carried out by providing assistance with production equipment, installing packaging labels, and installing brochures, banners, and promotions via social media Instagram and Facebook. Based on the activities that have been carried out, the results obtained are that the production equipment assistance provided is able to increase the number of partners' production by up to 50% and make the production time process more efficient. Creating Instagram and Facebook social media can be an alternative for marketing partner products to reach a wider market share. Apart from that, other capabilities obtained by partners, such as the use of production equipment and product packaging with packaging labels, have increased by up to 100%.

PENDAHULUAN

Desa Jegu di Kab. Tabanan memiliki tiga industri kecil dan empat puluh tiga industri kerajinan rumah tangga (Tabanan, 2018). Industri rumah tangga yang menjadi mitra adalah industri rumah tangga pangan tradisional Kab. Tabanan berupa *timbangan* (olahan daging yang telah dibumbui, dimasukkan ke batang bambu dan dimasak dengan cara diasapi) yang dimiliki oleh Ni Wayan Sumawati beserta suami dan kedua orangtuanya. Usaha mitra berdiri sejak tahun 2010. Selain menjual *timbangan*, mitra juga menjual *lawar* (campuran daging cincang,angka muda, dan kelapa) dan *tum* (olahan daging yang telah dibumbui, dibungkus dengan daun pisang dan dimasak dengan cara dikukus). Setiap harinya mitra mengolah 6 kg daging, 0.5 kg cabai, 1 kg bawang merah, dan 0.5 kg bawang putih. Proses pembuatan *timbangan* dimulai dari menggiling daging hingga halus kemudian daging diberi bumbu atau biasa disebut *base genep*. Daging yang telah dibumbui kemudian

dimasukkan ke dalam satu ruas batang bambu berukuran 30 cm dan ditambahkan sedikit air. Bambu yang telah terisi dengan daging kemudian diasapi selama dua jam hingga *timbangan* matang. Jumlah hasil produksi sebanyak 5 buah *timbangan*, 12 bungkus *lawar*, dan 50 bungkus *tum*. Hasil olahan makanan masih dipasarkan secara lokal di kios mitra. Satu bungkus *lawar* dihargai Rp5.000, *tum* Rp1.000, dan *timbangan* Rp50.000. Pada Gambar 1 – Gambar 5 merupakan proses produksi produk mitra.



Gambar 1. Mitra Mencincang Bahan Baku *Lawar*, *Tum*, dan *Timbungan*



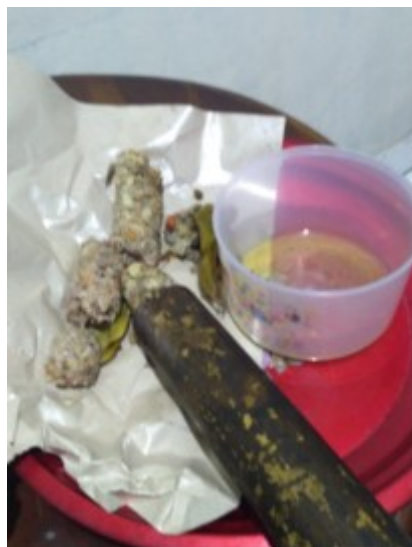
Gambar 2. Mitra Sedang Mengolah *Timbungan*



Gambar 3. Proses Memasak *Lawar*, *Tum*, dan *Timbungan*



Gambar 4. Proses Memasak *Lawar*, *Tum*, dan *Timbungan*



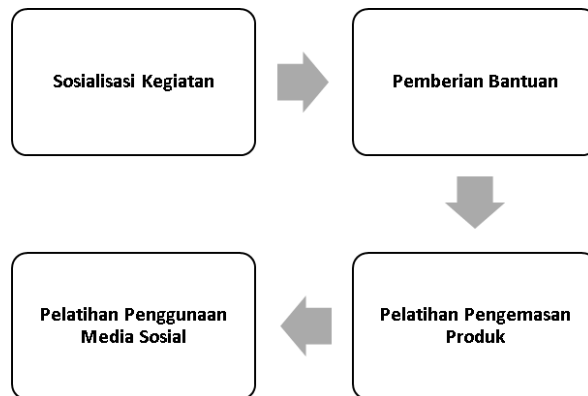
Gambar 5. Isian *Timbungan*

Bahan untuk mengemas olahan makanan *tum* dan *timbangan* masih konvensional, *tum* dikemas menggunakan daun pisang, *timbangan* menggunakan batang bambu, sedangkan *lawar* menggunakan plastik yang terikat secara manual serta tanpa adanya *label* pangan di setiap olahan makanan. Hasil olahan makanan dipasarkan di kios milik mitra dari pukul empat sore hingga pukul tujuh malam. Usaha mitra memiliki potensi untuk lebih berkembang, dikarenakan jumlah pesanan di hari libur dan akhir pekan dapat meningkat hingga 50%. Namun, saat ini mitra memiliki masalah pada kekurangan jumlah produksi dan pemasaran produk. Solusi untuk mengatasi permasalahan mitra dilakukan dengan cara ekstensifikasi seperti penambahan kompor, penggilingan daging, alat pemanggang, dan mesin *press* makanan. Solusi kedua dengan cara rasionalisasi seperti menciptakan *label* kemasan, brosur, dan *banner*. Sedangkan untuk pemasaran, selain dipasarkan secara *offline* di kios mitra, kegiatan pemasaran dilakukan secara *online* menggunakan sarana media sosial instagram dan facebook, terkait potensi apabila pemasaran dilakukan pada media sosial dapat memperluas pemasaran dan pengenalan produk mitra. Sementara itu, tingkat kesiapan mitra dalam penggunaan

media sosial sudah cukup baik, akan tetapi bagaimana cara untuk membuat artikel atau pos yang menarik perlu diberikan pemahaman dan pelatihan lagi.

METODE

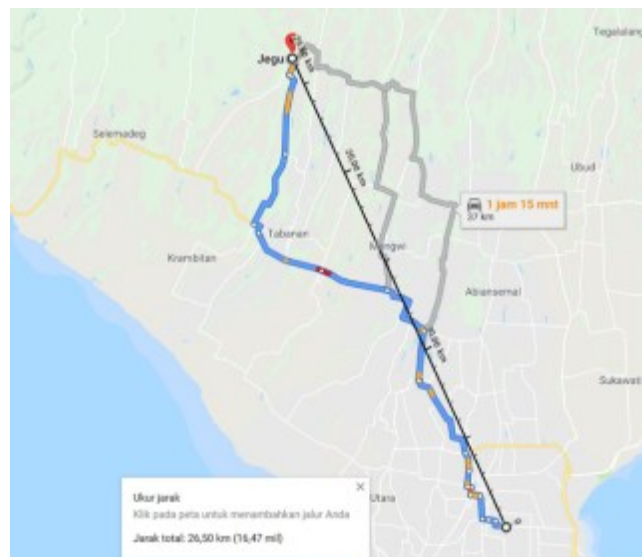
Pada Gambar 6 merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, dimulai dari sosialisasi kegiatan ke mitra, pemberian bantuan alat produksi, pelatihan pengemasan produk, dan penggunaan media sosial.



Gambar 6. Tahapan Kegiatan

1) Sosialisasi Kegiatan

Tim melakukan sosialisasi kegiatan di tempat usaha mitra yang berlokasi di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali. Pada Gambar 7 merupakan peta dari perguruan tinggi tim ke lokasi mitra yang berjarak ± 26.5 km atau menempuh ± 1 jam 15 menit perjalanan.



Gambar 7. Peta Lokasi Usaha Mitra

Berdasarkan sosialisasi yang telah dilakukan tim dengan mitra dapat diketahui prioritas permasalahan, solusi, dan luaran yang diharapkan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Prioritas Permasalahan, Solusi, dan Luaran

No.	Masalah	Solusi	Luaran
1	Bagaimana meningkatkan jumlah produksi produk mitra?	Memberikan bantuan berupa alat produksi untuk mempercepat proses produksi sehingga meningkatkan jumlah produksi.	Diharapkan bantuan alat yang diberikan mampu meningkatkan jumlah produksi hingga 50%.
2	Bagaimana memperluas jangkauan pemasaran produk mitra?	Mengemas produk menggunakan mesin press dan dipasangi label kemasan pada produk, pemasangan brosur dan banner di sekitar lokasi usaha mitra serta memanfaatkan media sosial instagram dan facebook sebagai media pemasaran untuk lebih menarik minat konsumen baru. Selain itu turut diberikan aplikasi pembelajaran dalam pembuatan desain artikel atau pos produk yang lebih menarik.	Diharapkan promosi yang dilakukan dapat menarik minat konsumen baru. Serta pelatihan yang diberikan dapat meningkatkan keterampilan mitra dalam menggunakan bantuan alat- alat produksi, terutama dalam penggunaan bantuan alat press plastik dalam pemasangan label kemasan serta penggunaan alat penggiling daging dan alat pemanggang, hingga 100%. Selain itu, melalui bantuan aplikasi pembelajaran pembuatan desain artikel atau pos produk mitra, diharapkan mitra dapat membuat desain produk yang lebih menarik.

2) *Pemberian Bantuan*

Memberikan bantuan alat produksi sesuai dengan kebutuhan dan hasil diskusi tim dengan mitra, antara lain:

- 1 Unit Kompor Gas Dua Tungku
- 1 Unit Alat Penggiling Daging *Electric*
- 2 Unit Alat Pemanggang Berbentuk Tong
- 1 Unit Mesin *Press* Plastik Manual
- 1 Unit Selang Gas Kompor
- 1 Unit Regulator Gas
- 2 Unit Panci Kukus.

3) *Pelatihan Pengemasan Produk*

Pelatihan pengemasan produk yang diberikan kepada mitra berupa: menciptakan 3 jenis *label* kemasan produk berukuran 6 cm x 5 cm, brosur berukuran kertas A4 dan 2 buah *x-banner* berukuran 80 cm x 180 cm yang berisi informasi produk dan profil usaha mitra. Selain itu, diberikan pelatihan bagaimana mengemas produk menggunakan bantuan mesin *press* plastik.

4) *Pelatihan Penggunaan Media Sosial*

Pelatihan yang diberikan berupa: membuat akun media sosial instagram dan facebook baru serta memberikan pelatihan cara mengelola akun, selain itu turut diberikan bagaimana

membuat serta mendesain artikel atau pos terkait produk mitra agar terlihat lebih menarik menggunakan aplikasi canva.

Berdasarkan hasil riset terdahulu, bantuan berupa alat-alat produksi dapat meningkatkan jumlah produksi, menghemat biaya produksi, dan mempercepat proses produksi (Andayani et al., 2014; Subali et al., 2020), pemberian *label* kemasan dan pengemasan produk menggunakan alat *press* plastik dapat meningkatkan kualitas produk serta lebih menarik minat konsumen (Sipahutar et al., 2020). Sedangkan, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran lebih prospektif dikarenakan calon konsumen dapat memperoleh segala informasi tentang produk dan bertransaksi melalui internet (Efendi et al., 2018; Sugiri, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan serah terima hibah barang ke mitra, dengan rincian:

- Kompor Gas Dua Tungku
- Alat Penggiling Daging *Electric*
- Alat Pemanggang Berbentuk Tong
- Mesin *Press* Plastik Manual
- Selang Gas Kompor
- Regulator Gas
- Panci Kukus

Selain itu, turut diberikan kegiatan pelatihan desain produk menggunakan aplikasi canva yang dilakukan secara daring melalui aplikasi zoom.

Pada Gambar 8 - Gambar 10 merupakan kegiatan pemberian hibah barang oleh tim kepada mitra, pemberian hibah barang berupa sejumlah alat produksi dilakukan untuk meningkatkan kuantitas produksi mitra.



Gambar 8. Hibah Barang

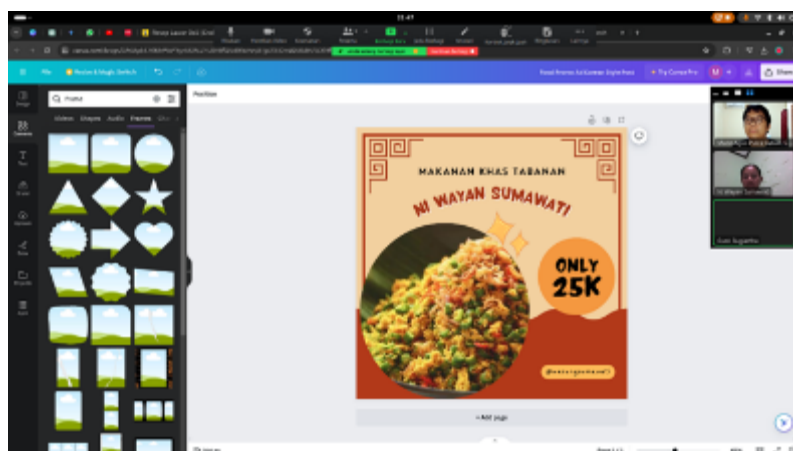


Gambar 9. Pemberian Hibah Barang



Gambar 10. Foto Tim Bersama Mitra

Sedangkan, untuk kegiatan pelatihan desain produk menggunakan aplikasi canva melalui aplikasi zoom dapat dilihat pada Gambar 11, dimana hasil dari pelatihan ini diperoleh desain untuk produk *lawar, tum, dan timbungan*.

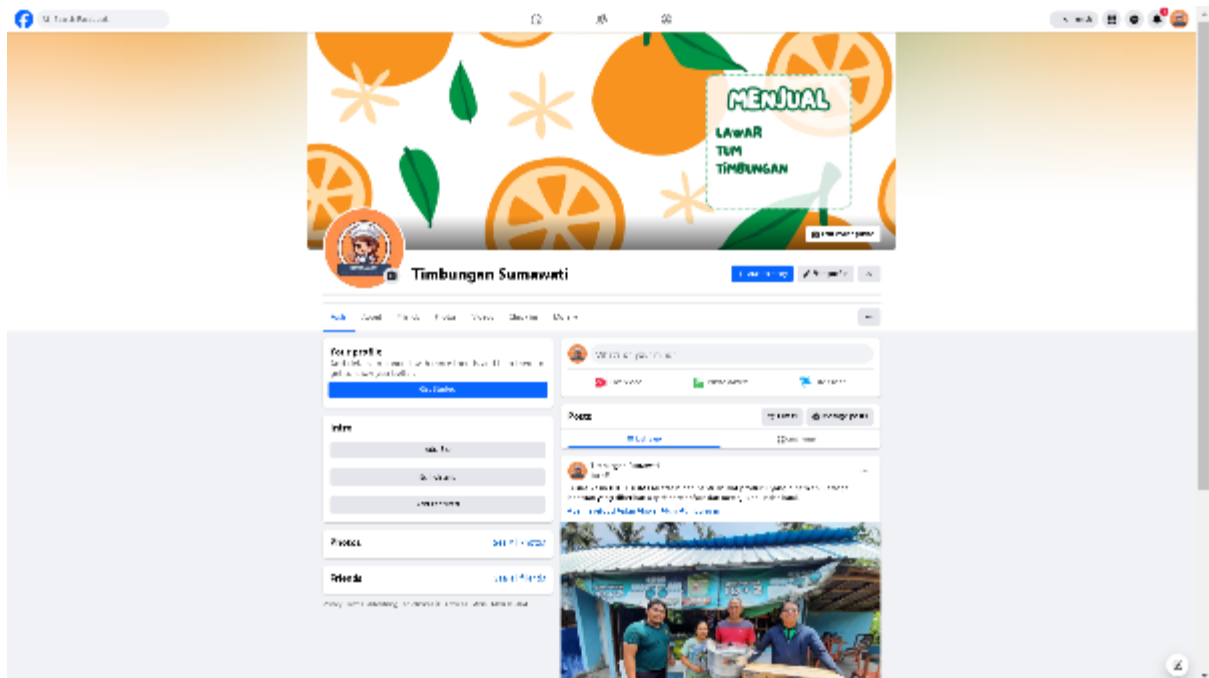


Gambar 11. Kegiatan Pelatihan Desain Produk

Pada pelaksanaan kegiatan selanjutnya dilakukan pelatihan pengemasan dan pemasangan *label* kemasan pada produk mitra serta pembuatan dan pelatihan penggunaan media sosial instagram dan facebook sebagai media pemasaran.

Evaluasi pelaksanaan dilakukan dengan cara menilai keterampilan mitra dalam menerapkan ilmu yang diperoleh pada saat kegiatan pelatihan. Mitra diberikan tes dua kali, tes pertama tentang pelatihan pengemasan produk dan tes kedua tentang mengelola akun media sosial. Selain itu, Partisipasi mitra dalam kegiatan pelaksanaan program ini begitu amat baik, sebagai contoh mitra mempersiapkan tempat pertemuan serta ikut bersosialisasi dengan para karyawan terkait setiap tahapan pelaksanaan yang dilakukan.

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan terkait pelatihan pengemasan produk, mitra sepenuhnya memahami seluruh materi yang diberikan dengan baik. Hal yang sama diperoleh pada saat pelatihan penggunaan media sosial instagram dan facebook mitra sepenuhnya memahami materi yang diberikan dengan baik, yang meliputi: *login, post photo, share post*, dsb. Pada Gambar 12 merupakan tampilan halaman media sosial mitra.



Gambar 12. Halaman Media Sosial Mitra

Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah dilakukan diperoleh hasil (1) kuantitas produksi mitra meningkat hingga 50% dikarenakan bantuan sejumlah alat produksi yang telah diberikan mampu meningkatkan efisiensi waktu secara signifikan dibandingkan dengan proses produksi sebelumnya. (2) pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial merupakan cara yang bertujuan untuk menarik minat pembeli (Pratama et al., 2020; Sugiri, 2020), hal ini dapat dilihat dari beberapa calon pembeli yang menanyakan detail dari produk mitra melalui media sosial mitra.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan diperoleh hasil bantuan alat produksi yang diberikan mampu meningkatkan jumlah produksi mitra hingga 50% serta membuat proses waktu produksi menjadi lebih efisien. Pembuatan media sosial instagram dan facebook dapat menjadi alternatif untuk pemasaran produk mitra agar menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Selain itu

kemampuan lain yang diperoleh mitra seperti penggunaan bantuan alat produksi serta pengemasan produk dengan *label* kemasan meningkat hingga 100%.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S., Tjahyono, E., & Sajio. (2014). Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Produk pada Perajin Batik Dukuh Kupang Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, 01(01), 41–51.
- Efendi, M. R., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Facebook Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 82–87.
- Pratama, A. K. Y., Wisdaningrum, O., & Nugrahani, M. P. (2020). Pendampingan dan Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Mikro Gula Semut. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 275–284.
- Sipahutar, H., Sirait, M., Harahap, M. H., Irfandi, Panggabean, D. D., Anggriyani, & Syah, D. H. (2020). Peningkatan Kualitas Tahu Mbak Trisni Di Kecamatan Percut Sei Tuan. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 384–390.
- Subali, M. A. P., Sugiarta, I. G. R. A., & Akbar, A. F. (2020). Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Produksi Kerupuk Basa di Desa Jegu, Kabupaten Tabanan. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 730–736.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86.
- Tabanan, B. P. S. K. (2018). *Kecamatan Penebel dalam Angka 2018*.