

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Produksi Produk UMKM Pattondonsalu “Ole-Ole Abon Khas Maiwa”

Community Empowerment Through the Production of Pattondon Salu MSME Products "Typical Maiwa Souvenirs"

Ahmad Jumarding

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bosowa
Email Korespondensi: jumarding.ahmad@universitasbosowa.ac.id

ABSTRACT

In an effort to increase sales of a product, various innovations and marketing expansion are needed. MSMEs with food products must follow market trends to be able to continue to exist. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the most strategic sector of the national economy and concern the livelihoods of many people, making them the backbone of the national economy. However, the problem currently faced by small businesses or industries is industrial management and marketing. With community service related to assisting MSMEs with Abon ole-ole food, it is hoped that it can provide a solution in improving the welfare of MSMEs. The problem solving method used is based on a management approach in increasing production results and sales results with 4 (four) stages of program implementation, namely preparation, implementation, monitoring and evaluation and reporting. The community service program carried out is through packaging innovation and the need to attract consumer interest, as well as expanding marketing on online platforms and modern markets.

Keywords: Innovation, Marketing

PENDAHULUAN

Desa Patondon Salu termasuk dalam wilayah Kecamatan Maiwa di Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan (Baco & Malaka, 2023). Kecamatan Maiwa memiliki luas sekitar 392,87 km² dan terdiri dari 21 desa dan 1 kelurahan. Dari jumlah tersebut, 7 desa/kelurahan berada di dataran (lokasi normal) dan 15 desa berada di daerah pegunungan. Desa Patondon Salu sendiri termasuk dalam desa yang berada di dataran (lokasi normal). Selain Desa Patondon Salu, ada juga beberapa desa lainnya di Kecamatan Maiwa seperti Desa Salo Dua, Desa Mangkawani, Desa Botto Mallangga, Desa Batu Mila, Desa Ongko, dan Kelurahan Bangkala.

Di Kabupaten Enrekang, terdapat beberapa sektor pertanian yang berkembang. Kabupaten Enrekang merupakan sentra komoditas bawang merah yang memiliki produksi yang cukup besar. Petani bawang merah di Enrekang mampu memproduksi sekitar 145 ribu ton bawang merah setiap tahunnya (Bellapama, 2021). Kabupaten Enrekang juga menghasilkan berbagai jenis tanaman pangan seperti padi, jagung, kacang tanah, dan ubi kayu. Data mengenai luas tanam dan produksi tanaman pangan di Kabupaten Enrekang dapat ditemukan melalui Badan Pusat Statistik Kabupaten Enrekang. Selain tanaman pangan, Kabupaten Enrekang juga memiliki sektor pertanian lainnya seperti perkebunan kopi dan cokelat, serta peternakan sapi, kambing, ayam, ikan serta burung wallet.

Umumnya, abon dibuat dari olahan daging seperti daging ayam, daging sapi, atau daging ikan. Namun kami KKN posko Pattondon Salu membuat ole-ole abon dari olahan daging ayam. Tetapi yang menjadi keistimewaan dari ole-ole yang kami buat yaitu terdapat 3 pilihan varian rasa yaitu original, daun jeruk dan pandan.

Menurut (Arifudin, 2020c) dalam sebuah usaha Inovasi, peningkatan produksi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan (Arifudin et al, 2020). Inovasi merupakan salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Inovasi yang dilakukan oleh produk abon harus ditunjang dengan perluasan pemasaran. Inovasi menurut (Sari & Sudibya, 2015) selalu menjadi kunci keberhasilan dan kesuksesan suatu usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan abon. Inovasi merupakan langkah dari strategi pemasaran sebuah produk yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi (Susanti, 2023). Menurut (Arifudin, 2020) perkembangan dalam dunia usaha di Indonesia saat ini yang semakin cepat dan pesat berakibat juga pada perubahan budaya. Sehingga organisasi dituntut untuk mempunyai budaya yang membedakan dengan organisasi lain yang sejenis. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

SOLUSI DAN TARGET

Untuk mengatasi belum adanya produk UMKM Posko Pattondon Salu maka dilakukan produksi Ole-Ole Abon Khas Maiwa dengan berbagai modifikasi/ diversifikasi rasa dan varian melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat pada program Kuliah Kerja Nyata .

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diintegrasikan dalam melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata Universitas Bosowa. Terdapat 25 mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan KKN yang bertujuan untuk mengoptimalkan produksi dan penjualan produk olahan UMKM. Adapun metode dalam implementasi kegiatan pengenalan produk UMKM yaitu abon di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang dilakukan dengan beberapa tahapan implementasi program yaitu tahapan awal dan tahapan pelaksanaan.

Pada tahapan awal dilakukan dengan menyiapkan data-data yang dibutuhkan terkait UMKM abon Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang. Hal ini dibutuhkan untuk mengetahui UMKM apa saja yang ada di Kecamatan Maiwa tepatnya di desa Pattondon Salu. Selanjutnya dilaksanakan Sosialisasi UMKM sekaligus pengenalan produk UMKM buatan KKN-T Universitas Bosowa Desa Pattondon Salu.

Sedangkan pada tahapan pelaksanaan dilakukan dengan mengemukakan strategi proses pelaksanaan kegiatan sosialisasi UMKM agar memperoleh wawasan, pemahaman dan motivasi untuk mengembangkan usaha mereka ataupun yang ingin memulai usaha. Dari produk abon ini Masyarakat bisa menjadikan peluang usaha untuk dijalankan. Pada proses pengenalan produk UMKM Abon dilakukan perincian selama pembuatan produk Abon, yang dimana menggunakan data kuantitatif dan data kualitatif. Dimana data kuantitatif yang berupa jumlah modal, jumlah penjualan, jumlah keuntungan. Sedangkan data kualitatif berupa varian produk, komposisi produk dan target pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

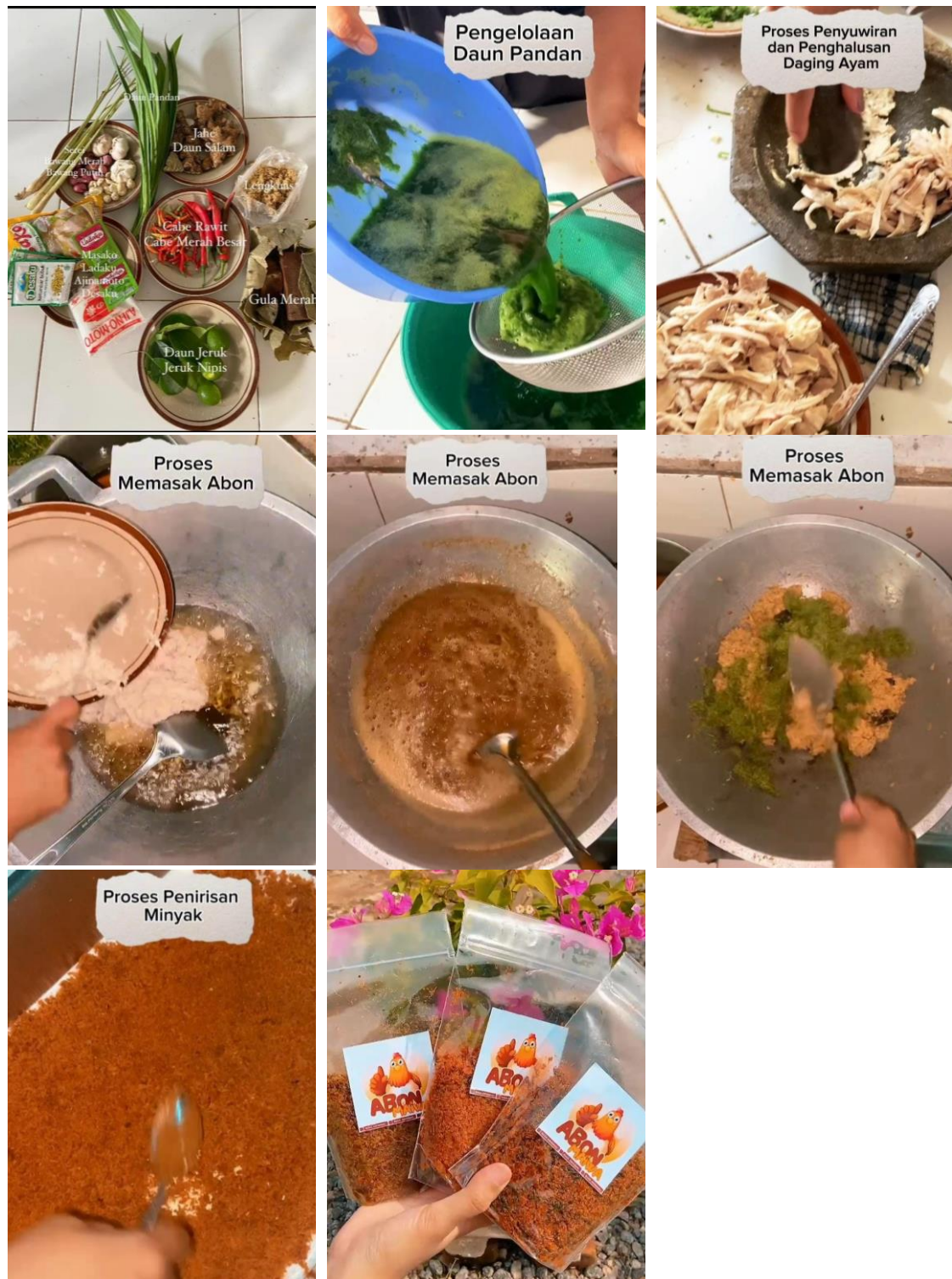
Pada tahap ini dilakukan persiapan alat dan bahan untuk membuat abon. Adapun bahan yang digunakan untuk pembuatan produk abon sebagai berikut

Tabel 1. Bahan pembuatan abon

Bahan Utama	Bahan Pelengkap	Bahan Varian Rasa
1. 3 ekor ayam	1. Garam	1. Daun jeruk secukupnya
2. 18 siung bawang putih & 30 siung bawang merah	2. Micin	2. 3 Daun pandan
3. 3 ruas lengkuas	3. Merica	
4. 12 buah cabe merah	4. Minyak	
5. 9 butir kemiri	5. Ketumbar	
6. 3 ruas jahe	6. Masako	
7. 9 lembar daun salam	7. Tissue	
8. 3 lembar daun jeruk		
9. ½ ruas kayu manis		
10. 9 buah cabe rawit		
11. ½ gula merah		
12. 2 ruas serai		

2. Tahap Pelaksanaa

Adapun proses pembuatan abon digambarkan pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 2. Tahapan pembuatan abon

Untuk membuat abon terlebih dahulu menghaluskan bumbu yang telah dipersiapkan seperti yang tertulis di atas. Kemudian merebus daging ayam sampai matang setelah matang daging ayam di suwir kemudian ayam yang telah di suwir ditumbuk sampai menghasilkan tekstur yang berserat. Selanjutnya untuk daun pandan di haluskan kemudian di tiriskan untuk varian rasa

abon pandan begitupun dengan varian rasa daun jeruk, bersihkan lalu potong/gunting hingga menjadi potongan yang kecil. Kemudian dilanjutkan dengan menumis semua bumbu yang telah dihaluskan campurkan daun salam, serai kemudian berikan bumbu dapur sesuai dengan selera, setelah itu masukkan gula merah yang telah di haluskan. Setelah tercampur rata masukkan daging ayam yang telah di haruskan (menjadi serat). Kemudian membagi menjadi 3 bagian abon yang telah dimasak (rasa original, rasa daun pandan & rasa daun jeruk. Untuk rasa daun pandan campurkan abon dengan daun pandan yang telah dihaluskan begitupun dengan daun jeruk. Dilanjutkan dengan proses penirisan minyak dari abon dan bagian terakhir yaitu mengemas semua abon yang telah dibuat.

Abon adalah salah satu produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang populer di Indonesia (Nuhriawangsa et al, 2020). Abon, yang biasanya terbuat dari daging sapi, ayam, atau ikan, adalah makanan yang praktis, tahan lama, dan memiliki rasa yang lezat. Untuk mengembangkan abon sebagai produk UMKM perlu memperhatikan beberapa strategi seperti pengembangan produk, peningkatan kualitas dan standar, pemasaran dan distribusi, pelatihan dan pendidikan, kolaborasi dan jaringan, inovasi dan pengembangan, serta promosi dan pemasaran kreatif.

Pengembangan produk dapat dilakukan dengan diversifikasi rasa dan varian dengan mengembangkan berbagai rasa (pedas, manis, gurih) dan jenis abon (sapi, ayam, ikan, dan abon vegetarian) untuk menarik lebih banyak konsumen. Kemudian dilanjutkan dengan kemasan yang menarik menggunakan kemasan yang menarik, higienis, dan ramah lingkungan. Kemasan kecil untuk sekali makan dan kemasan besar untuk keluarga bisa menjadi pilihan.

Selanjutnya peningkatan kualitas dan standar menggunakan bahan baku berkualitas dengan memastikan penggunaan bahan baku yang segar dan berkualitas tinggi. Serta menerapkan standar produksi yang ketat untuk menjamin kebersihan, kesehatan, dan keamanan pangan (sertifikasi halal dan BPOM). Selain itu juga menambahkan nilai gizi dengan fortifikasi vitamin atau mineral, serta mengembangkan abon rendah lemak atau abon diet.

Kemudian branding dan identitas produk dengan membangun merek yang kuat dengan logo, slogan, dan cerita produk yang unik. Memanfaatkan e-commerce dan platform media sosial untuk menjual produk. Membuka toko online di marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Serta menjalin kerjasama dengan supermarket, toko oleh-oleh, dan pasar tradisional untuk memperluas distribusi.

Kemudian perlu juga pelatihan kewirausahaan, dimana dengan mengikuti pelatihan kewirausahaan dan manajemen bisnis untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha. Mengedukasi konsumen tentang manfaat dan keunggulan abon melalui media sosial, blog, atau event. Selain itu juga perlu menjalin hubungan baik dengan pemasok bahan baku untuk mendapatkan bahan berkualitas dengan harga yang kompetitif. Bergabung dengan komunitas pengusaha atau koperasi untuk mendapatkan dukungan, berbagi informasi, dan peluang kerjasama serta melakukan R&D untuk menciptakan produk baru dan meningkatkan kualitas produk yang ada. Kemudian perlu juga mengadopsi teknologi terbaru dalam proses produksi untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi.

Agar penjualan semakin banyak perlu menggunakan influencer dan kampanye media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek. Mengikuti pameran UMKM, festival kuliner, dan bazar untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Kemudian mengumpulkan dan menampilkan testimoni serta ulasan positif dari pelanggan untuk membangun kepercayaan konsumen baru. Dengan strategi yang tepat, abon dapat berkembang menjadi produk UMKM yang sukses, mampu bersaing di pasar lokal maupun internasional, serta memberikan manfaat ekonomi bagi para pelaku usaha dan komunitas sekitarnya.

KESIMPULAN

Abon adalah salah satu produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang populer di Indonesia. Abon, yang biasanya terbuat dari daging sapi, ayam, atau ikan, adalah makanan yang praktis, tahan lama, dan memiliki rasa yang lezat. Untuk mengembangkan abon sebagai produk UMKM perlu memperhatikan beberapa strategi seperti pengembangan produk, peningkatan kualitas dan standar, pemasaran dan distribusi, pelatihan dan pendidikan, kolaborasi dan jaringan, inovasi dan pengembangan, serta promosi dan pemasaran kreatif. Dengan strategi yang tepat, abon dapat berkembang menjadi produk UMKM yang sukses, mampu bersaing di pasar lokal maupun internasional, serta memberikan manfaat ekonomi bagi para pelaku usaha dan komunitas sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Strategi Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Abon Jantung Pisang Cisaat Makanan Khas Subang Jawa Barat. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 371-381.

Baco, S., & Malaka, R. (2023). Pemberdayaan Masyarakat dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Desa Sentra Pembibitan Sapi Potong di Kabupaten Enrekang. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 7(1).

Bellapama, I. A. (2021). *Analisis Risiko dan Efisiensi Teknis Usahatani Bawang Merah di Kabupaten Lampung Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Lampung).

Nuhriawangsa, A. M. P., Kartikasari, L. R., Budiharjo, A., Swastike, W., & Hertanto, B. S. (2020). Pengembangan Potensi Usaha Abon untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di UMKM Ksatria Kelurahan Jagalan, Kecamatan Jebres, Surakarta. *AgriHealth: Journal of Agri-food, Nutrition and Public Health*, 1(2), 103-109.

Sari, A. I., & Sudibya, S. IbM Untuk Kelompok Ngudi Mulyo dan Ulam Nastiti Dalam Mengembangkan Kit (Konsep Integrasi Terpadu) Sektor Hulu-Hilir. *Journal of Rural and Development*, 6(1).

Susanti, A., Handayani, L. S., Hildayati, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. R. (2023). Branding dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong UMKM di Desa Petanang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7628-7635.