

SOSIALISASI DAN PENDAMPINGAN PENGURUSAN IJIN KULINER INOVASI “OLAHAN PANGSIT” PASAR JONGKE LAWEYAN SURAKARTA

Diterima: Januari 2021

Direview: Februari 2021

Disetujui: 12 Februari 2021

Tri Widiyanto¹, Yosephine Angelina Yulia², Andri Octaviani³

Akuntansi, STIE “Adi Unggul Bhirawa” Surakarta

Email : tri.widiyanto@stie-aub.ac.id

Abstrak

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya. Target yang dicapai dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Memberikan pengetahuan dan pendampingan dalam proses pembuatan ijin pangan dari dinas Kesehatan ataupun B-POM agar menambah nilai jual produk olahan pangsit. Dengan adanya sosialisasi dan pendampingan peningkatan kualitas produk UMKM dengan Ijin PIRT diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan produk. Pelaksanaan pendampingan Pengabdian ini dimulai dengan sosialisasi peningkatan mutu produk agar omset penjualan dapat meningkat. Kegiatan pelaksanaan pengabdian selanjutnya dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan terhadap pengemasan produk yang terlihat menarik hingga strategi pemasaran sesuai dengan keadaan new normal saat ini. Selanjutnya kami mendorong pelaku UMKM Eddy group untuk mengurus ijin dalam peningkatan kualitas pangan. Kami menjelaskan bentuk – bentuk makanan apa yang harus didaftarkan ijin pangan PIRT ataupun B-Pom. Proses dalam pembuatan olahan produk yang memenuhi kriteria sesuai dengan standar ijin produk pangan agar terjaga kualitas Kesehatan dan rasa yang terkandung dalam produk yang dihasilkan agar dapat dipasarkan secara luas. Luaran hasil kegiatan dari pengabdian masyarakat yang kami lakukan ini adalah para pelaku UMKM yang tergabung dalam komunitas Eddy Group dapat memahami pentingnya ijin pangan yang telah didaftarkan di dinas Kesehatan ataupun B-Pom untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan dan juga dapat memberikan rasa aman kepada pembeli karena produk telah mendapat pengawasan resmi dari pemerintah serta dapat meningkatkan harga jual produk itu sendiri.

Kata kunci : Packaging, Perijinan PIRT, Pemasaran UMKM

Abstract

Marketing strategy has a very important role for the success of the company in general and in the marketing field in particular. The target achieved from this Community Service activity is to provide knowledge and assistance in the process of making food permits from the Health Office or B-POM in order to increase the selling value of processed dumpling products. With the socialization and assistance to improve the quality of MSME products with a PIRT Permit, it is hoped that it can increase product sales turnover. Implementation of this Community Service assistance begins with the socialization of product quality improvement so that sales turnover can increase. The next service implementation activity is in the form of socialization and assistance on product packaging that looks attractive to marketing strategies according to the current new normal situation. Furthermore, we encourage SMEs, Eddy group, to arrange for permits to improve food quality. We explain what forms of food must be registered for a PIRT or B-Pom food permit. The process in making processed products that meet the criteria in accordance with food product permit standards in order to maintain the quality of health and taste contained in the resulting product so that it can be widely marketed. The outcome of our community service activities is that MSME players who are members of the Eddy Group community can understand the importance of food permits that have been registered at the Health Office or B-Pom to maintain the quality of the products produced and can also provide a sense of security to buyers because the product has received official supervision from the government and can increase the selling price of the product itself.

Keywords: Packaging, Food Permits, MSME Marketing

PENDAHULUAN

Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya. Disamping itu strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau paduan pada beberapa sasaran pasar.

Pasar Jongke Surakarta terkenal sebagai salah satu pusat oleh-oleh khas dikota Solo. Banyak wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo untuk mencari oleh-oleh bagi saudara dan keluarga yang ada di rumah. Kebanyakan toko oleh-oleh buka pada jam 08.00 WIB – 22.00 WIB. Berbagai macam camilan dijual seperti mete, abon, ceker, belut dan lain-lain.

Salah satu pedagang oleh – oleh Pasar Jongke Bp. Eddy membuat beberapa makanan berbahan dasar dari tepung yang di kembangkan menjadi berbagai macam bentuk makanan. Salah satunya yaitu pangsit yang banyak digemari oleh masyarakat sebagai makanan camilan. Awalnya Bapak Eddy hanya membuat Pangsit biasa sebagai pendamping untuk makan bakso dan mie ayam. Seiring berjalannya waktu bentuk makan pangsit ini berkembang diantaranya menjadi Mangkok Pangsit, cumi – cumi pangsit dan pangsit original itu sendiri. Dari bentuk olahan ini aneka olahan pangsit ini sudah banyak dijual di masyarakat pada umumnya untuk makanan cemilan sehari hari dan oleh – oleh tetapi makanan ini belum didaftarkan untuk ijin keamanan pangan di pemerintahan setempat melalui Dinas Kesehatan dengan ijin P-IRT atau B-Pom. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mendorong pelaku usaha UMKM untuk mendaftarkan ijin keamanan pangan melalui dinas Kesehatan agar dapat meningkatkan nilai jual produk dan dapat lebih bersaing secara kompetitif di pasar

METODE PELAKSANAAN

Pemecahan Masalah

Kami team Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan sosialisasi dan pendampingan dalam proses pengajuan Ijin pangan terhadap produk yang telah dihasilkan dengan memberikan peningkatan kualitas pada beberapa indicator, diantaranya pada :

1. Packaging

- a) *Sebagai wadah*, perantara produk selama pendistribusian dari produsen ke konsumen.
 - b) *Sebagai Pelindung*, kemasan di harapkan dapat melindungi produk dari berbagai penyebab kerusakan baik oleh faktor biologi, kimia maupun fisika.
 - c) *Memudahkan pengiriman dan pendistribusian*, dengan pengemasan yang baik suatu produk akan lebih mudah didistribusikan.
 - d) *Memudahkan penyimpanan*, Suatu produk yang telah dikemas dengan baik akan lebih mudah untuk di simpan.
 - e) *Memudahkan penghitungan*, dengan pengemasan jumlah atau kuantitas produk lebih mudah di hitung.
 - f) Sarana informasi dan promosi
2. Perijinan Pangan terdaftar
 - a) Produk Sudah Layak Beredar
 - b) Produk Bebas Dipasarkan Secara Luas
 - c) Keamanan dan Mutu Produk Terjamin
 - d) Kepercayaan Pembeli Meningkatkan
 - e) Profesionalitas Produk Terangkat
 - f) Meningkatkan Nilai Jual Produk
 - g) Mendongkrak Harga Produk
 - h) Produk Bisa Masuk Ritel Besar
 3. Pemasaran
 - a. Untuk memberikan informasi tentang produk yang dijual perusahaan.
 - b. Untuk mempengaruhi keputusan membeli konsumaen.
 - c. Untuk menciptakan nilai ekonomis suatu barang.

Realisasi Pemecahan Masalah

Kegiatan pelaksanaan pengabdian ini dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan dalam mengurus ijin dalam peningkatan kualitas pangan. Kami menjelaskan bentuk – bentuk makanan apa yang harus didaftarkan ijin pangan PIRT ataupun B-Pom. Proses dalam pembuatan olahan produk yang memenuhi kriteria sesuai dengan standar ijin produk pangan agar terjaga kualitas Kesehatan dan rasa yang terkandung dalam produk yang dihasilkan agar dapat dipasarkan secara luas.

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan pembuatan ijin dinas Kesehatan ini adalah para karyawan yang mengolah pangsit dibawah pengelolaan Eddy Group sebanyak 7 orang agar dapat mengerti dan memahami arti pentingnya menjaga kualitas produk dimulai dari pengolahan, perijinan, hingga pemasarannya.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan pengabdian ini dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan dalam mendaftar dan mendapatkan ijin pangan. Adapun pelaksanaan kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 24 Agustus 2020 di pasar Jongke Surakarta yang dilaksanakan pukul 08.00 wib - selesai, dan diikuti oleh 7 orang pelaku UMKM, 2 mahasiswa dan 3 dosen sebagai pemateri.

Metode yang digunakan dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini yaitu :

1. Metode ceramah dan penyampain materi oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) STIE-AUB Surakarta menyampaikan materi bagaimana cara membuat packaging yang menarik , mengajukan ijin dinas Kesehatan dan bagaimana pola pemasaran di era Pandemi covid 19 ini.
2. Sosialisasi dan pendampingan ijin Pangan ini diawali dengan melakukan Analisa packaging yang telah ada dan memberikan solusi terhadap packing dan label yang sudah ada. Dilanjutkan dengan sosialisasi manfaat dan syarat memiliki ijin dari dinas pemerintahan setempat serta bagaimana pemasaran yang
3. Diskusi dan Tanya jawab , tim Pengabdian Masyarakat (PKM) STIE-AUB Surakarta memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya mengenai hal-hal belum jelas mengenai materi yang disampaikan
4. Konsultasi berkelanjutan kepada tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) STIE-AUB Surakarta jika masih diperlukan.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu diharapkan para pengusaha pengrajin pangsit dapat meningkatkan kualitas keamanan, nilai jual produk dan juga meningkatkan omset penjualan dari produk yang dihasilkan.

Ada 3 bagian yang dapat kita tekankan untuk dilakukan perubahan dalam strategi produk yaitu:

- a. Pemilihan produk : Penggunaan bahan baku awal yang menjadi dasar dari kualitas output yang dihasilkan oleh input yang bagus dapat meningkatkan harga jual dari produk olahan pangsit ini sendiri. Misalkan dalam penggunaan tepung dan minyak yang menjadi bahan pokok menu olahan ini harus benar – benar diperhatikan agar dapat meningkatkan omset penjualan.
- b. *Packaging* : pengemasan produk yang baik adalah pembungkus produk yang dapat mudah menarik perhatian calon pembeli. Terlihat *eye chatcing* dan memiliki rasa penasaran pada pandangan pertama saat melihat produk ini. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pengemasan produk olahan pangsit ini, diantaranya adalah :
 - 1) Bungkus dibuat terlihat mencolok dengan warna transparan agar orang mudah untuk melihat bagaimana bentuk asli dari olahan pangsit ini
 - 2) Bungkus yang mudah untuk di ingat dengan menambahkan brand “PANGSITKU by Eddy Group” dengan warna orange yang mencolok agar lebih mudah di ingat.
 - 3) Penggunaan bungkus yang terkesan elegan, dan tidak tampak murahan. Hal ini lebih memberikan kesan bahwa olahan pangsit ini dapat lebih higienis dan lebih tahan lama di dalam pembungkus tersebut
 - 4) Pengemasan di desain lebih mudah untuk ditata di dalam etalase agar penampilan lebih menarik tidak seperti sebelumnya



Gambar 1. Pengemasan produk sebelumnya

- c. Merk Barang : brand yang kami berikan untuk produk olahan pangsit ini sangat sederhana sekali yaitu dengan kata – kata “PANGSITKU” hal ini memiliki arti bahwa makanan ini berasal dari olahan pangsit yang sangat familiar ditengah lingkungan masyarakat dan mudah untuk di ingat. Begitu juga dengan penambahan kata “EDDY

GROUP” yang memberikan kesan bahwa olahan pangsit ini di produksi oleh Bp Eddy Santoso. Hal ini kami lakukan agar olahan pangsit ini lebih mudah untuk di ingat – ingat oleh pelanggan.



Gambar 2. Pengemasan produk setelah pelaksanaan PKM dengan brand merk

- d. Pada era digital saat ini dan tingginya tingkat kesadaran masyarakat terhadap Kesehatan terhadap makanan membuat para pelaku UMKM untuk dapat menambah nilai manfaat dan keunggulan produk pangan yang memiliki izin PIRT. Oleh karena itu kamu team PKM STIE AUB mendorong para pelaku UMKM untuk dapat mendaftarkan produk jadinya minimal dengan PIRT agar mendapat keuntungan yang didapat diantaranya yaitu : (a) Produk Sudah Layak Beredar, (b) Produk Bebas Dipasarkan Secara Luas, (c) Keamanan dan Mutu Produk Terjamin, (d) Kepercayaan Pembeli Meningkat, (e) Profesionalitas Produk Terangkat, (f) Meningkatkan Nilai Jual Produk, (g) Mendongkrak Harga Produk, (h) Produk Bisa Masuk Ritel Besar



Gambar 3. Sosialisasi untuk pengajuan ijin terdaftar PIRT

SIMPULAN

Dengan adanya sosialisasi dan pendampingan peningkatan kualitas produk UMKM dengan Ijin PIRT diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan produk. Dimulai dari

pengemasan produk yang terlihat menarik hingga strategi pemasaran sesuai dengan keadaan new normal saat ini.

Dalam masa pandemic covid-19 saat ini masyarakat secara umum banyak yang lebih memilih konsumsi makanan yang terjamin kualitas dan higienisnya demi menjaga Kesehatan. Dengan pendampingan pendaftara ijin PIRT ini setidaknya olahan pangsit Eddy Group telah meningkatkan kualitas mutu barang agar lebih dapat diterima oleh masyarakat.

Fungsi lain Ketika sebuah produk telah memiliki ijin PIRT maka hasil produk inovasi kreatif dari UMKM dapat dijual di pasar modern melalui market place. Para pelaku UMKM produk olahan makanan jika ingin menjual produknya di marketplace harus memiliki Ijin terdaftar yang resmi hal ini merupakan salah satu syarat dari market place seperti shopee, bukalapak.com dan lain lain.

Pada intinya Ketika para pelaku UMKM mengetahui 8 manfaat dan keunggulan produk pangan yang telah terdaftar pada ijin PIRT, omset pemasaran diprediksi dapat lebih ditingkatkan. Selain itu kualitas yang dihasilkan dari produk olahan pangsit ini juga lebih diperhatikan oleh para pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami Team PKM STIE AUB Mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Dr. Agus Utomo selaku Ketua STIE “AUB” Surakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan pengabdian pada masyarakat.
2. Umkm Eddy Group Laweyan Surakarta yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.
3. Semua pihak yang telah memberikan sumbang saran dan turut membantu penulis dalam menyelesaikan laporan pengabdian pada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Feroniko,antoni,dkk.2013, http://www.academia.edu/5319440/MAKALAH_Manajemen_pemasaran_Pengembangan_strategi_dan_program_penetapan_harga diakses pada tanggal 2 November 2018
- Gruenwald, G. 1985. Seri Pemasaran dan Promosi, Pengembangan Produk Baru, PT Alex Media Komputindo, Jakarta
- Joseph, P. Cannon., William. D. Perreault., dan E. Jerome McCharty. Pemasaran Dasar. Terjemahan oleh Diana Angelica dan Ria cahyani. 2009. Jakarta: Salemba Empat,

Keegan, Warren J. 1996, Manajemen Pemasaran Global: Alih Bahasa, Alexander Sindoro Jilid 1, Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, P. 1995. Manajemen Pemasaran; Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jilid I, edisi kedelapan, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Philip Kotler,(2003): "Marketing Manajemen" , 11th Edition , Prentice Hall Inc.
Simamora ,henry (2000) : "Manajemen Pemasaran Internasional 2" , Edisi soft cover, Jakarta: Salemba Empat.

Widyatmini,1995, Pengantar Bisnis,Cetakan ke IV edisi 1,seri,Depok,Seri Diktat Kuliah:Gunadarma