

Pembentukan Pusat Kuliner untuk Mendukung UMKM Bangkit di Masa Pandemi COVID-19

Isana Arum Primasari^{*1}, Wisnu Subekti²

^{1,2} Fakultas Teknologi Industri Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

**Corresponding Email: isana_prisa@ie.uad.ac.id*

ABSTRAK

"Tulasan" merupakan salah satu dusun di Kecamatan Bambanglipuro, Kabupaten Bantul, Provinsi DIY. Kegiatan masyarakat Tulasan pada saat pandemi COVID-19 mengalami pergeseran menjadi penjual makanan jajanan pasar. Kehidupan era New Normal memaksa masyarakat menjadi lebih kreatif. Seiring berjalannya waktu masyarakat dituntut untuk menjadi lebih kreatif dalam berjualan dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produknya sehingga dapat mempermudah penjual dalam pemasaran produknya. Beberapa hal tersebut menjadi isyarat bahwa masyarakat membutuhkan pendampingan untuk bisa bertahan dan berjuang dimasa pandemi COVID-19, sehingga perlu dilaksanakan program pengabdian masyarakat berupa pembentukan pusat kuliner. Letak pusat kuliner ini berada di Dusun Tulasan sehingga dinamakan "MANTUL" yang merupakan singkatan dari Makanan Tulasan. Pusat kuliner ini dapat merangkul beberapa dusun di sekitarnya antara lain Dusun Cangkring, dan Dusun Jomblang. Ke tiga dusun ini sangat berdekatan sehingga dapat ikut berjualan di MANTUL. Program PKM yang dilaksanakan di ke tiga dusun ini berupa edukasi terkait prokes COVID-19 dalam membuat olahan pangan, dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan media promosi melalui instagram dan poster, pelatihan pembuatan kemasan produk, dan pendampingan pembuatan map pusat kuliner. Program pemasaran produk melalui pusat kuliner disambut baik oleh ketiga dukuh dan pelaku kuliner, masyarakat juga sangat antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian pelaksanaan program PKM. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini bahwa terjadi peningkatan pengetahuan warga tentang prokes untuk olahan pangan juga upaya wirausaha, peningkatan ketrampilan dalam pembuatan kemasan yang sesuai dengan standar PIRT sehingga layak dijual, sehat dan menarik minat pembeli serta peningkatan ketrampilan dalam pembuatan konten di media pemasaran sehingga dapat meningkatkan ghirah dalam berwirausaha.

Kata kunci: MANTUL, pengemasan, pusat kuliner, Tulasan

ABSTRACT

"Tulasan" is one of the hamlets in Bambanglipuro District, Bantul Regency, DIY Province. The activities of the Tulasan community during the COVID-19 pandemic change into selling "jajanan pasar". The new normal lifestyle, forces people to be more creative in selling by utilizing social media as a medium for promoting their products so that it can make it easier for sellers to market their products. These things are a sign that the community needs assistance to be survive and struggle during the COVID-19 pandemic, it is necessary to carry out community service programs in a culinary center. This location is in Tulasan, so it is called "MANTUL" which stands for Tulasan Food, it can embrace several hamlets, including Cangkring, and Jomblang. They are very close together so they can participate in selling with "MANTUL". The PKM programs implemented education related to health protocol in making processed food, training in making promotional by Instagram and posters, training on product packaging, and assistance in making culinary center maps. The three hamlets, culinary actors and the community were very enthusiastic in participating of the PKM programs. The results obtained from this activity are there is an increase in people's knowledge about

health procedures for food processing, increasing skills in making packaging that is in accordance with PIRT standards so that it is worthy of sale, healthy and attractive to buyers, also increasing skills in creating content in marketing media so that can increase enthusiasm in entrepreneurship.

Keywords: *culinary center, packaging, MANTUL, Tulasan*

PENDAHULUAN

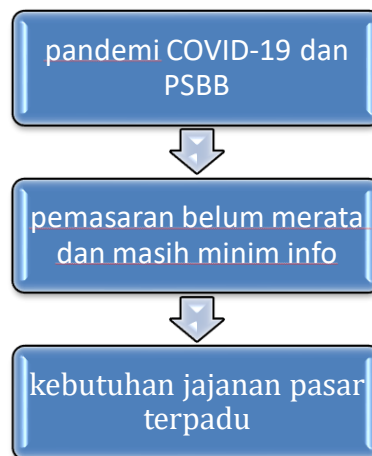
Kapanewonan Bambanglipuro merupakan salah satu kecamatan di Bantul dimana beberapa tempat di sana terkenal sebagai tempat nongrong, sehingga hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat di sana berwirausaha dengan berjualan makanan. Tulasan merupakan salah satu dusun di Kecamatan Bambanglipuro, Kabupaten Bantul, Provinsi DIY dimana kegiatan masyarakatnya di saat pandemi mengalami pergeseran menjadi penjual makanan jananan pasar. Namun jajanan pasar yang biasanya dijual di pasar menjadi tersendat penjualannya di saat pandemi sehingga ibu-ibu penjual makanan ringan tidak lagi bisa menjual makanan di pasar.

Pasar adalah tempat dimana bertemunya penjual dan pembeli, baik secara langsung maupun tak langsung saling berhubungan melaksanakan pertukaran, baik barang maupun jasa. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Keadaan pandemi COVID merubah kondisi pasar menjadi hubungan online dalam semua aktivitas yang kita lakukan sehingga beberapa ibu-ibu masih mempertahankan usaha penjualan jajanan pasar dengan menjual dari rumah ke rumah atau menunggu pesanan datang. Kendala yang dihadapi bahwa penjual berada pada lokasi yang berpencair karena produk makanan rumahan yang sejenis dibuat oleh beberapa ibu namun beda rasa dan beda harga, selain pemasaran yang terbatas karena tidak bebas berjualan di pasar saat pandemi masih berlangsung.

Masyarakat harus bisa terus bertahan dan berjuang dimasa pandemi COVID-19, sehingga diperlukan pendampingan kegiatan masyarakat melalui program pengabdian kepada masyarakat berupa pembentukan pusat kuliner. Kata kuliner merupakan unsur serapan bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan masak-memasak atau aktivitas memasak. Istilah kuliner mulai terkenal sejak ada acara TV yang melakukan review masakan di berbagai belahan wilayah nusantara. Pusat kuliner ini dapat menjangkau beberapa dusun di sekitarnya antara lain Dusun Cangkring, dan Dusun Jomblang. Ke tiga dusun ini sangat berdekatan sehingga mampu membuat pusat kuliner yang menyatu dan dilayani dalam satu pintu. Letak jajanan pasar berada di Dusun Tulasan oleh karenanya disebut sebagai “MANTUL” yang merupakan kepanjangan dari ”Makanan Tulasan”.

Pemasaran dan distribusi produk tidak bisa mengabaikan arti penting dari kemasan karena Kemasan produk merupakan bagian dalam branding untuk mengenalkan produk Anda ke pasaran (Triandi, 2018). Secara umum, pengertian kemasan adalah suatu wadah atau pembungkus yang berguna untuk mencegah atau meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk atau barang yang dikemas atau dibungkusnya. Begitu pentingnya pengemasan bagi suatu produk yang di pasarkan dikarenakan ada 5 alasan utama yaitu: *Self Service*; Kemasan menunjukkan ciri khas dari suatu produk yang dijual sehingga setiap produk satu dengan yang lain harus memiliki kemasan yang berbeda, *Consumer Affluence*; Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi konsumen untuk bersedia membayar lebih, *Company and Brand Image*; Kemasan merupakan brand image perusahaan sehingga bisa menjadi salah identitas perusahaan untuk dikenal masyarakat, *Inovational Opportunity*; Kemasan yang inovatif dapat memberikan manfaat bagi konsumen dan menguntungkan perusahaan (Prawiro, 2020).

Permasalahan utama yang perlu mendapat perhatian untuk diberikan solusinya bagi permasalahan pelaku UMKM sebagaimana tersaji pada Gambar 1.



Gambar 1. Permasalahan Mitra

Permasalahan pertama karena adanya pandemi COVID-19 sehingga diberlakukan PSBB yang menghambat pemasaran jajanan pasar kepada konsumen. Keadaan ini mengakibatkan pemasaran jajan pasar dilakukan secara mandiri dengan minimnya informasi yang diterima konsumen terkait ketersediaan jenis jajan pasar yang dijual dan cara pemesanannya. Kesempatan terbuka bagi pelaku kuliner untuk saling menyatu dalam wadah Pusat Kuliner yang menggabungkan pelaku UMKM kuliner di tiga dusun yaitu Tulasan, Cangkring dan Jomblang.

Sesuai dengan Renstra PKM UAD (Widodo, 2020), maka tujuan dari dilaksanakannya program pengabdian kepada masyarakat di Dusun Tulasan, Dusun Cangkring dan Dusun Jomblang ini adalah untuk: membantu UMKM dalam memasarkan produk kuliner jajanan pasar; meningkatkan kualitas kemasan dari jajanan pasar yang dibuat; membuat wadah promosidan pemesanan dalam satu pintu.

Sasaran dari kegiatan ini adalah masyarakat pelaku kuliner di Dusun Tulasan, Dusun Cangkring dan Dusun Jomblang, Kecamatan Bambang Lipuro, Kabupaten Bantul. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada UMKM jajan pasar di Dusun Tulasan dan sekitarnya dilakukan upaya untuk menambah pengetahuan masyarakat tentang olahan makanan yang bersih, sehat dan aman. Selain itu keharusan suatu produk untuk bisa tampil cantik sehingga layak untuk dipajang dalam konten jualan melalui media sosial maka harus memiliki kemasan yang menarik. Kemasan yang menarik akan menjadi baju bagi produk sehingga mampu memikat hati pembelinya. Kemasan tidak hanya dituntut untuk memenuhi fungsi-fungsi dasar sebagai wadah, perlindungan dan pengawetan, media komunikasi, serta kemudahan dalam penggunaannya, tetapi saat ini suatu kemasan juga dituntut untuk ramah lingkungan dan turut aktif dalam memberikan perlindungan produk (*active packaging*) serta cerdas dalam memberikan informasi kondisi produk yang dikemasnya (*intelligent packaging*) (Sucipta, 2017).

Pemasaran dan promosi produk dilakukan melalui media *on line* menyesuaikan kondisi saat pandemi COVID-19 dengan biaya yang cukup murah bila dibandingkan dengan promosi pada umumnya. Adapun *timeline* Program Pemberdayaan Masyarakat sejak Tahun 2020 sampai Tahun 2022 sebagaimana tersaji pada Gambar 2.



Gambar 2. Timeline PKM tahun 2020-2022

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam beberapa hari, diawali dengan edukasi terkait prokes COVID-19 dalam membuat olahan pangan dilanjutkan dengan pemberian penjelasan apa saja bahan dan alat yang perlu disediakan sebelum membuat olahan makanan sehingga tetap memperhatikan protokol kesehatan walaupun memasak makanan di rumah sendiri (lihat Gambar 3).



Gambar 3. Penjelasan prokes olahan makanan

Hari kedua dilaksanakan pelatihan pembuatan media promosi melalui instagram dan poster. Aktivitas penjelasan tentang berbagai macam media promosi yang bisa menjadi alternatif pilihan promosi produk sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelatihan pembuatan media promosi MANTUL

Setelah memilih media yang sesuai berdasarkan berbagai pertimbangan, selanjutnya diberikan pelatihan pembuatan poster untuk diunggah dalam media promosi dan dicetak menjadi spanduk di lokasi pusat kuliner.

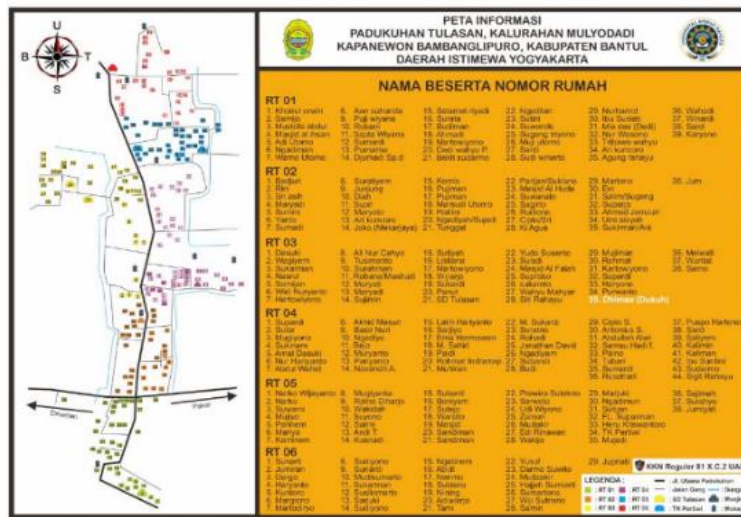
Program PKM selanjutnya di hari yang berbeda dilaksanakan pembuatan kemasan produk dihadiri oleh ibu-ibu UMKM yang membuat jajanan pasar dan kuliner dari 3 dusun Tlasan, dusun Cangkring dan dusun Jomblang. Pelatihan ini dimulai dari penjelasan tentang keamanan produk makanan serta mengenalkan standar produksi PIRT sebagaimana disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Pelatihan pengemasan dan label produk

Pelatihan pembuatan label ManTul dan pembuatan desain kemasan produk yang sesuai dan menarik. merupakan pelengkap dari keseluruhan pelatihan pengemasan.

Pengemasan yang baik harus didukung dengan pemasaran yang tepat jual sehingga kegiatan berikutnya adalah pendampingan dan FGD pembuatan map pusat kuliner. Pelatihan ini hanya diberikan kepada Karang Taruna sebagai pendamping program secara berkelanjutan. Pembuatan map ini tujuan utamanya adalah untuk promosi pusat kuliner ManTul sekaligus pembuatan peta wilayah pedukuhan Tulasan pada Google-map seperti tampilan Gambar 6.



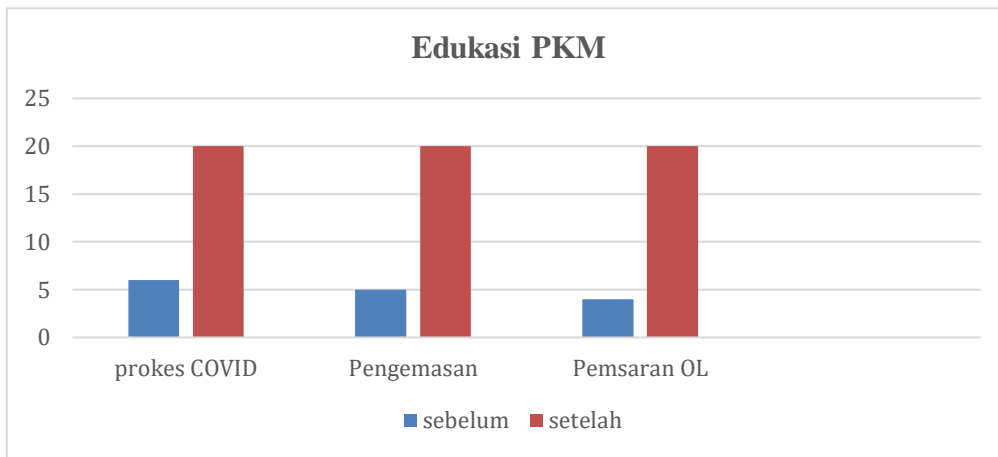
Gambar 6. Peta pedukuhan Tulasan

Sebagai penutup kegiatan PKM dilaksanakan Peresmian Pusat Kuiner ManTul oleh Pak Dimas sebagai Dukuh Tulasan, yang dihadiri oleh perwakilan UMKM kuliner di tiga pedukuhan dengan tetap menjaga aturan prokes COVID-19, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 7.

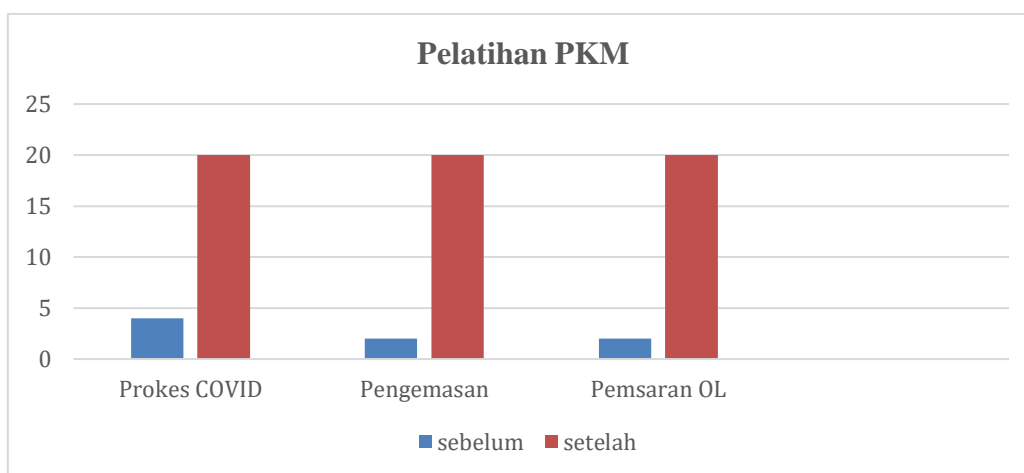


Gambar 7. Peresmian MANTUL oleh dukuh Tulasan

Dokumentasi dari serangkaian kegiatan PKM yang telah dilaksanakan di pedukuhan Tulasan, Cangkring dan Jomblang sebagaimana tersaji pada Gambar 3 sampai Gambar 7. Evaluasi dilakukan untuk melihat ketercapaian program PKM dari hasil beberapa pelatihan dan diperoleh rata-rata peningkatan pengetahuan sebesar 75% dan kepeningkatan ketrampilan sebesar 85%, sebagaimana tersaji pada Gambar 8 dan 9.



Gambar 8. Peningkatan Pengetahuan PKM



Gambar 9. Peningkatan Ketrampilan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan dilaksanakannya peresmian ManTul pada tanggal 4 Maret 2021 maka secara resmi telah dibuka pusat jajanan sehingga masyarakat dapat dengan mudah menjangkau bahkan memesan secara *online* berbagai jajanan pasar melalui layanan satu pintu dengan menghubungi kontak person yang tertera pada poster maupun spanduk yang telah dipasang dan dipublikasikan secara *on line* di Instagram dan facebook. Hal ini dilakukan karena seiring berjalannya waktu masyarakat menjadi lebih kreatif dalam berjualan dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produknya.

Dengan adanya pusat jajanan pasar akan semakin meningkatkan ghirah dalam berwirausaha. Untuk mendukung program ini maka dilaksanakan pelatihan pengemasan karena jajanan pasar yang dijual masih dikemas menggunakan wadah yang tidak sehat, juga kurang menarik dalam pengemasannya. Untuk membuat kemasan yang menarik perlu dibuat label yang disesain dengan baik sehingga akan mempunyai penciri sehingga mudah dikenal masyarakat.

Program PKM ini perlu mendapatkan pendampingan oleh dinas perindustrian setempat mengingat pentingnya pemerintah untuk terus melindungi rakyat agar tercukupi kebutuhan hidupnya. Pendampingan dalam hal pemasaran adalah hal yang paling penting karena produksi tanpa pemasaran adalah pemborosan dan akan membuat matisurinya semangat berwirausaha yang sudah dibangun dari program PKM ini.

SIMPULAN

Hasil dari PKM bahwa masyarakat makin semangat dalam melakukan wirausaha walau dalam masa pandemi. Berdasarkan hasil pelatihan diperoleh peningkatan pengetahuan dan ketrampilan peserta yang awalnya merasa pengemasan bukan hal yang penting ternyata sangat membantu dalam promosi produk. Demikian pula dirasakan kemudahan dalam melakukan pemasaran secara *online* melalui satu pintu pemesanan. Adanya Pusat Kuliner sangat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat khususnya pelaku usaha kuliner dalam berkomunikasi dengan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada: Dukuh Tulasan yang telah mengawal terbentuknya pusat kuliner ManTul di Dusun Tulasan; Masyarakat, pelaku usaha kuliner dan para dukuh di dusun Tulasan, Cangkring dan Jomblang yang sangat antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan PKM hingga selesai serta mahasiswa yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, P. K. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Andi, T. (2018). Pengemasan Produk dan Pemasaran <https://entrepreneurcamp.id/kemasan-produk/> diakses tanggal 3 Maret 2021
- Lima kumpulan tempat nongkrong enak di Bambang Lipuro Bantul <https://listkuliner.com/5-kumpulan-tempat-nongkrong-enak-di-bambang-lipuro-bantul/> diakses tanggal 3 Maret 2021
- Prawiro, M. (2020). Pengertian Kemasan: Fungsi, Manfaat, Tujuan, dan Jenis-Jenis Kemasan_ diakses tanggal 30 November 2021. Tersedia pada: <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-kemasan.html>
- Sucipta, I. N., Suriasih, K., & Kencana, P.K.D. (2017). *Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif and Efektif*. Udayana University Press
- Widodo, (2020). *Rencana Strategis Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan Tahun 2020-2024*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan