

PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT PRODUKSI KERUPUK TERUNG DI KELURAHAN SUKOLILO BARU KECAMATAN BULAK KOTA SURABAYA

Titiek Suheta¹, Riza Agung Firmansyah², Syahri Muharom³

¹Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
Email :hita@itats.ac.id

²Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
Email :rizaagung@itats.ac.id

³Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
Email :syahrimuharom@itats.ac.id

Abstrak

Kelurahan Sukaolilo Baru Kecamatan Bulak Kota Surabaya, merupakan salah satu tempat penghasil olahan laut terbesar di Surabaya, produk yang dihasilkan seperti kerupuk terung, tripang, lorjuk, kulit ikan dan lain-lain. UKM perlu melakukan inovasi kemasan dan cita rasa produk yang dapat mencitrakan kualitas produk yang dihasilkan. Kemasan merupakan salah satu ciri yang mudah untuk menonjolkan kualitas produk, dimana kemasan akan menciptakan identitas tersendiri atas produk yang dihasilkan. Sedangkan cita rasa yang khas dari suatu tempat akan mendapatkan tempat tersendiri dari konsumen dalam menentukan suatu produk olahan. Persaingan dalam merebutkan pangsa pasar saat ini menjadi semakin rumit, dimana perkembangan teknologi membuat paritasme produk yang dihasilkan semakin meningkat. Pada Program Kemitraan Masyarakat ini bekerja sama dengan Ibu Uswatun Khasanah, sebagai salah satu penjual hasil olahan laut, dimana produk utama yang di jual adalah Kerupuk Terung. Dari itu maka Program Kemitraan Masyarakat ini berfokus pada olahan Terung. PKM ini bertujuan memberikan teknologi berupa desain kemasan dan cita rasa dari olahan produk terung. Metode yang digunakan pada PKM ini adalah berupa pelatihan dalam segala hal untuk memasarkan produk, dimana meliputi strategi pemilihan kualitas kerupuk terung, desain kemasan kerupuk terung, label kemasan dan cita rasa dari kerupuk terung. Pada pemilihan kualitas kerupuk terung dibedakan menjadi dua bagian, dimana yang pertama kualitas super dan yang kedua kualitas standar. Pada pemilihan kemasan yang digunakan jenis plastik opp dengan ukuran 1 kg, hal ini di maksudkan untuk mempermudah pelanggan dalam membuka dan menutup kembali olahan, supaya tidak lembek. Pelabelan produk yang menginisialisasikan cita rasa olahan, yaitu dengan membuat stiker yang kemudian di tempelkan pada bagian kemasan produk, dan yang terakhir adalah cita rasa produk. Selain desain kemasan pada program ini juga memberikan pengembangan pemasaran dengan sistem online. Dari pelatihan dan pengembangan inovasi cita rasa dan pemasaran produk Kerupuk Terung, diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari produk-produk yang dikelola oleh ibu Uswatun Khasanah, dan memiliki kelangsungan usaha yang baik.

Kata Kunci: *UKM, Kerupuk Terung, Inovasi Rasa, Pemasaran*

Pendahuluan

Latar Belakang

Sukolilo Baru terletak di kecamatan bulak, kota Surabaya, Jawa Timur ± bejarak 9 km dari pusat Kota Surabaya. Dimana memiliki akses jalur darat yang baik dan

lancar menuju, dengan waktu tempuh kurang lebih 30 menit perjalanan. Kelurahan Sukililo Baru merupakan sentra UKM yang bergerak dalam bidang penghasil dan pengolahan hasil laut seperti, terung, udang rebon, tripang, lorjuk, dan

hasil produk ini menjadi salah satu ciri khas dari kelurahan Sukililo Baru.

Pengolahan hasil laut telah dilakukan oleh warga Sukililo Baru sejak bertahun-tahun yang lalu, dimana hal ini sesuai dengan lokasi yang berada pada tepi laut. Potensi pasar sekitar lokasi UKM yang strategis, dimana terletak di sekitar tempat wisata pantai Mentari Sukililo Baru, yang merupakan salah satu tempat wisata pantai di Surabaya. Lokasi ini sangat strategis dan prospek untuk perkembangan UKM yang berada disekitarnya terutama hasil olahan laut seperti, terung dan tripang. Kemudahan akses dan lokasi yang strategis membuat warga sekitar menjajakan hasil olahan laut buatanya terutama terung dan tripang.

Daerah pemasaran hasil olahan laut hanya sekitar lokasi Sukililo Baru, hanya saja pembelinya banyak para pengendara dari dalam maupun luar kota yang menuju tempat wisata Sukililo Baru, singgah mampir dan membeli hasil olahan laut yang masih mentah untuk oleh-oleh mereka kembali ke kota asal. Permintaan hasil olahan laut dalam setiap bulan bisa menjangkau 200kg bahkan bisa lebih jika kondisi hari liburan sekolah atau hari raya. Kondisi liburan sekolah atau hari raya. Ini berbeda jika kondisi hari-hari biasa yang rata-rata bisa memproduksi 7-12 kg per hari. Besar kecilnya produksi hasil laut berbanding lurus dengan kebutuhan bahan baku hasil laut sebagai bahan wajib pembuatan hasil olahan laut.

Ibu Uswatun Khasanah yang dijadikan sebagai mitra adalah penjual olahan laut seperti kerupuk terung, tripang, lorjuk dan lain-lain. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan produk, dan kurangnya inovasi rasa pada setiap produk laut, sehingga mengakibatkan tidak terjual semua dari produk. Gambar 1 adalah saat koordinasi tim PKM bersama Mitra.



Gambar 1. Koordinasi Tim PKM bersama Mitra

Berikut ini merupakan Bagian yang merinci kondisi saat ini dan beberapa permasalahan tiap mitra secara terperinci dan detail. Sebagai pimpinan usaha, Ibu Uswatun Khasanah memiliki tenaga kerja pembantu 1 orang, sebagai tenaga produksi. Fasilitas usaha terdiri dari Ruko Minimalis yang tergabung dengan tempat proses produksi ukuran 4 x 8 meter. Dan belum memiliki merek produk hasil olahan laut. Gambar 2 berikut adalah produk yang dijual oleh mitra.



Gambar 2. Produk yang dijual oleh mitra

Manajemen usaha yang dikelola belum cukup baik, dimana Ibu Uswatun Khasanah sebagai pemilik usaha sekaligus berperan sebagai penjual dan marketing. Kondisi manajemen masih harus tertata dengan baik yang meliputi : Penyediaan dan pembagian kerja karyawan yang harus spesifik, pembukuan dan laporan keuangan usaha. Selama ini usaha penjualan hasil olahan laut seperti terung, lorjuk, tripang, rambak dll. Ibu Uswatun Khasanah menjalankan tanpa ada rekap administrasi apapun.

Pelaku usaha tidak melakukan pencatatan terhadap semua transaksi yang dilakukannya, bahkan seringkali modal usaha tercampur dengan keuangan keluarga. Kondisi ini mengakibatkan tidak tersediannya laporan keuangan secara periodik. Ketidaktersediaan laporan ini, mengakibatkan perkembangan usaha tidak terpantau dan pelaku usaha tidak dapat mengakses dana dari pihak Perbankan.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisa permasalahan yang dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Mitra,. Permasalahan tersebut terbagi menjadi beberapa aspek yaitu aspek

produksi, produk, dan pemasaran. Permasalahan yang dihadapi oleh Mitra seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan Mitra

No	Dimensi	Permasalahan
1.	Aspek Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan Kualitas produk kerupuk Terung yang belum tersedia • Kurang adanya inovasi rasa pada Kerupuk Terung
2.	Aspek Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Masih belum memiliki merek dagang yang tercetak pada produk
3.	Aspek Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang adanya SDM yang menangani khusus masalah pemasaran

Produk hasil olahan UKM sebenarnya merupakan produk-produk unggulan dengan kualitas yang baik, namun dengan kualitas yang sudah ada belum mampu menarik daya beli para konsumen. Hal ini disebabkan oleh belum adanya pemilihan kualitas produk yang dipasarkan, dan dari produk sendiri belum adanya inovasi cita rasa dari produk kerupuk terung yang dihasilkan. Pada bagian kemasan yang digunakan untuk membungkus produk belum mampu menjadi suatu identitas yang memiliki daya tarik bagi pembeli.

Untuk pemasaran masih kurangnya pengetahuan dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan. Dalam hal ini perlu adanya bantuan dari pihak lain, dalam hal ini PKM PPM institut Teknologi Adhi Tama Surabaya dalam hal penerapan teknologi tepat guna, peningkatan kualitas dan cita rasa produk, perbaikan kemasan dan pengetahuan dalam hal memasarkan produk.

Metode

Dari permasalahan yang didapatkan oleh Mitra yang dapat dilihat pada tabel 1. dapat di berikan solusi setiap permasalahan pada Mitra diantaranya adalah:

Aspek Produksi

Permasalahan pada Mitra adalah kurang adanya varian rasa dari olahan hasil laut, sehingga kita menawarkan Pengembangan kualitas produk dan Penambahan varian rasa pada produk olahan kerupuk terung. Dari aspek produksi ini diharapkan kedua Mitra dapat memenuhi permintaan pasar dan omset penjualan mitra lebih baik.

Aspek Produk

Pada permasalahan aspek produk, Mitra belum mempunyai merek dagang produk. Sehingga kita menawarkan untuk membuat label atau merek dagang untuk mitra. Dari ini diharapkan nantinya merek dagang mitra dapat dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan jumlah penjualan mitra.

Aspek Pemasaran

Pada permasalahan aspek pemasaran pada mitra yang di hadapi oleh mitra adalah Kurang adanya SDM yang menangani khusus masalah pemasaran. Pada permasalahan ini kita menawarkan solusi dengan memberikan pelatihan manajemen pemasaran kepada SDM, sehingga nantinya proses pemasaran dapat di tingkatkan, hingga sistem online. Diharapkan dari ini dapat menumbuhkan rasa percaya diri mitra dalam menghadapi MEA.

Rencana kegiatan PKM untuk menghasilkan solusi permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan perencanaan kegiatan serta indikator hasil kegiatan pada mitra disajikan pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Rencana Kegiatan

No	Rencana Kegiatan	Indikator Hasil
1.	Koordinasi Tim pelaksana dengan pihak mitra	Perencanaan kegiatan dan bentuk partisipasi oleh mitra
2.	Pelaksanaan pendampingan mitra dalam pemilihan kualitas produk	Kesepakatan dalam proses pemilihan kualitas kerupuk terung
3.	Pelaksanaan Pendampingan mitra dalam meakukan inovasi rasa pada	Kesepakatan dalam menentukan inovasi rasa pada olahan kerupuk terung

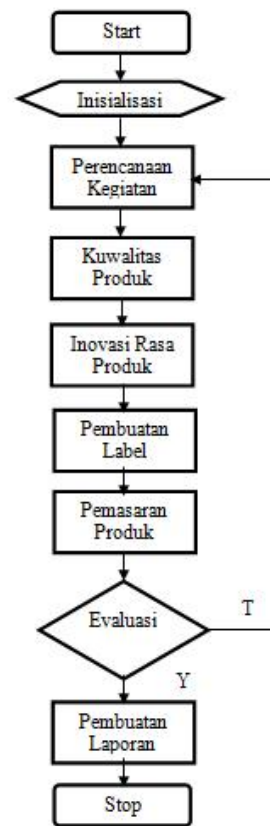
Program Kemitraan Masyarakat Produksi Kerupuk Terung Di Kelurahan Sukolilo Baru Kecamatan Bulak Kota Surabaya

	produk kerupuk terung	
4.	Pelaksanaan pendampingan pembuatan label dagang mitra	Kesepakatan label mitra yang akan dipasang pada kemasan produk mitra
5.	Pelaksanaan dan pendampingan penjualan produk dengan sistem online	Kesepakatan penjualan produk mitra dengan sistem online
6.	Evaluasi hasil pelaksanaan pendampingan mitra	Mengevaluasi PKM.
7.	Pembuatan Laporan	Laporan PKM dan pembuatan artikel ilmiah untuk jurnal pengabdian masyarakat.

Pada partisipasi mitra pelaksanaan program kemitraan masyarakat adalah berpartisipasi dalam setiap pelatihan yang telah disepakati oleh pelaksana dan mitra, sehingga nantinya akan dijadwalkan pelatihan untuk mitra. Pada tabel 3 adalah jadwal pelaksanaan kegiatan PKM, dan pada gambar 3 adalah flowchart dari perencanaan kegiatan.

Tabel 3. Jadwal Kegiatan dengan Mitra

No	Jenis Kegiatan	Bulan	Tempat Kegiatan
1	Koordinasi Tim Pelaksana Dengan Mitra	April	Mitra
2	Pemilihan Kualitas produk	Mei	Mitra
3	Inovasi rasa produk	Juli	Mitra
4	Pembutan disain label produk	Agustus	ITATS
5	Pelatihan penjualan online	September	ITATS

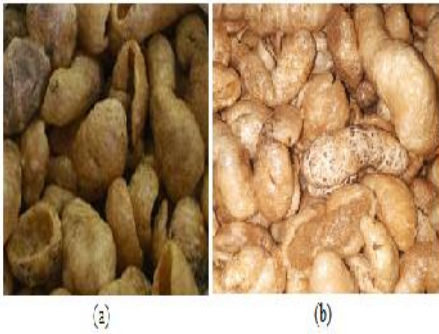


Gambar 3. Flowchart Rencana Kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Dari kegiatan yang dilakukan pada program kemitraan masyarakat diawali dengan koordinasi antara pelaksana dan mitra UKM, kegiatan ini dimaksudkan untuk menentukan urutan dan juga proses yang dikembangkan sebagai upaya mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

Dari tahapan pertama yang dilakukan yaitu pemilihan kualitas terung, kualitas berdasarkan pada ukuran kerupuk terung yang telah di olah, dimana untuk jenis kualitas dibedakan menjadi dua, yaitu kualitas standar dan kualitas bagus. Pada gambar 4 dapat dilihat dari perbedaan ukuran kerupuk terung dengan kualitas biasa dan bagus.



Gambar 4. (a) Terung Kuwalitas Standar
(b) Terung Kuwalitas Bagus

Dari gambar 3 dapat dilihat perbedaan ukuran kerupuk terung yang telah di olah, pada pemilihan kualitas ini bertujuan untuk membedakan harga jual dari yang berkuwalitas standar dan bagus, dari sini diharapkan dapat meningkatkan nilai penjualan produk mitra.

Untuk meningkatkan nilai penjualan mitra, selanjutnya adalah inovasi pemberian cita rasa dari produk kerupuk terung, dimana terdapat empat varian rasa, original, balado, keju dan jagung bakar. Pada gambar 5 adalah gambar dari produk terung yang telah diberi varian rasa.



Gambar 5. Inovasi Rasa Kerupuk Terung

Penentuan inovasi rasa telah disepakati oleh pelaksana dan mitra, sehingga nantinya akan dilakukan sampling data untuk rasa yang paling disukai oleh masyarakat. dimana pada uji sampling ini dilakukan oleh 10 orang, dan memberikan nilai antara 1 sampai 10. Berikut adalah data sampling inovasi rasa kerupuk terung.

Tabel 3. Data Sampling Inovasi Rasa Terung

Orang Ke-	Original	Balado	Keju	Jagung Bakar
1	8	8	6	6
2	7	8	7	6
3	7	7,5	7	7

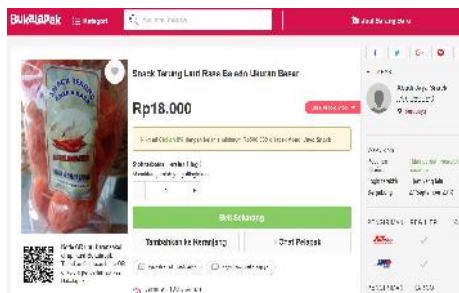
4	8	8	7	7
5	8	7	6	7
6	8	9	8	7
7	7	9	7	6
8	7	8	6	6
9	8	8	6	6
10	7	9	7	7
Total Nilai	75	81,5	67	65
Nilai Rata-rata	7,5	8,15	6,7	6,5

Dari pengambilan data sampling rasa terung didapatkan hasil seperti pada tabel 3. Dimana dari empat pilihan rasa yang di sajikan, terdapat 2 rasa yang mendapatkan nilai tinggi, yaitu yang pertama adalah balado dengan nilai rata-rata 8,15 dan yang ke dua adalah rasa original dengan nilai rata-rata 7,5. Sedangkan untuk varian rasa keju dengan nilai rata-rata 6,7 dan rasa jagung bakar dengan nilai rata-rata 6,5. Dari nilai yang didapatkan, maka mitra sepakat untuk mematok harga kerupuk terung dalam kemasan seperti pada tabel 4.

Tabel 4. Standar Harga Kerupuk Terung

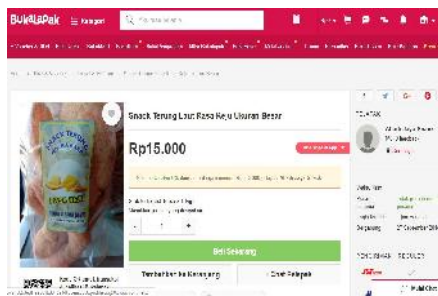
No	Rasa	Ukuran Plastik Opp	Kuwalitas	Harga
1.	Ori	1 Kg	Standar	10.000
			Bagus	12.500
2.	Balado	1 Kg	Standar	15.000
			Bagus	18.000
3.	Keju	1 Kg	Standar	12.500
			Bagus	15.000
4.	Jagung Bakar	1 Kg	Standar	12.500
			Bagus	15.000

Dari aspek penjualan yang cukup bagus pada hasil olahan kerupuk terung, kemudian dikembangkan dengan sistem jual beli online. Dimana produk awal yang dijual adalah kerupuk terung dengan rasa original, balado, keju dan jagung bakar, dengan ukuran plastik opp kapasitas 1 kg dengan berat produk antara 120-130 gram. Gambar 6-8 adalah desain dari penjualan online pada situs jual beli.



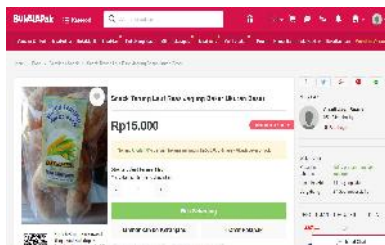
Gambar 6. Disain Penjualan Online Terung Rasa Balado

Dari gambar 6 dapat dilihat snack terung laut dengan varian rasa balado ukuran besar, dimana produk ini dijual dengan harga Rp. 18.000. dimana harga yang ditawarkan ini merujuk dengan penilaian sampling rasa dari konsumen. Pemberian harga produk ini di tetapkan oleh pelaksana PKM dan di setujui oleh mitra.



Gambar 7. Disain Penjualan Online Terung Rasa Keju

Gambar 7 adalah jenis produk terung dengan inovasi rasa keju, dimana produk ini dijual dengan harga Rp. 15.000. harga ini telah disepakati oleh pelaksana PKM dan Mitra, harga produk ini berdasarkan hasil sampling dari inovasi rasa terung.



Gambar 8. Disain Penjualan Online Terung Rasa Jagung Bakar

Pada Gambar 8 adalah inovasi produk dengan rasas jagung, dimana produk ini dijual dengan harga Rp.15.000.

Simpulan

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat kali ini bekerjasama dengan Kementerian Riset dan Teknologi dan juga LPPM kampus ITATS, dengan mitra adalah pengolah dan penjual hasil laut yaitu ibu Uswatun Khasanah. Kegiatan ini dilakukan dengan pemilihan kualitas, disain kemasan, inovasi rasa dan pemasaran produk. Dari hasil yang didapatkan pada Program Kemitraan Masyarakat ini diharapkan meningkatkan nilai produk Mitra dalam hal penjualan secara online, dan produk lebih dikenal oleh masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Kementerian Riset dan Teknologi serta LPPM ITATS, telah mendanai Program Kemitraan Masyarakat Untuk Produk Olahan laut. Dan kepada Mitra kami ucapkan terimakasih telah bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan PKM, dan yang terakhir kami ucapkan terimakasih kepada tim Jurnal Pengabdian Masyarakat UNTAG yang telah bersedia menerima makalah ini.

Refrensi

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2010. Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2013, Jumlah UMKM di Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2006. Sensus Ekonomi.
- Candranigrat, Yosef Rico Ardiyanto, Januar Wibowo“Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari Surabaya” Jurnal Pengabdian Masyarakat LPPM UNTAG, Januari 2018, Vol.03 No.01 Hal 1-6