

Pendampingan Inovasi Produk Pizza Topping Ayam Kari dan Daging Rendang sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Hasil Usaha Kue Rumahan di Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah

Endang Susilowati*¹, Sri Retno Dwi Ariani², Lina Mahardiani³

^{1,2,3}Prodi Pendidikan Kimia FKIP, Universtas Sebelas Maret, Indonesia
*e-mail: endang_s70@staff.uns.ac.id¹

Abstrak

Usaha kue rumahan merupakan usaha kecil dan informal yang berperan strategis dalam mengatasi krisis ekonomi, sehingga perlu mendapatkan perhatian khusus. Salah satu usaha kue rumahan berpotensi dikembangkan adalah pizza merk dagang "Pizzaro" yang dikelola oleh Bapak Abdul Rohman di kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Sebelumnya Pizzaro telah memproduksi pizza topping sosis dan daging asap dan masih terkendala dalam pengembangan produk dan pemasarannya. Upaya yang dilakukan oleh tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Sebelas Maret adalah pendampingan inovasi produksi pizza dengan topping bumbu tradisional yaitu topping ayam kari dan daging rendang. Adapun metode yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah melalui pelatihan dan pendampingan kepada mitra pada pembuatan pizza topping bumbu tradisional yaitu ayam kari dan daging rendang. Setelah mitra mahir membuat pizza topping bumbu tradisional dan layak untuk dipasarkan, maka tim PKM melakukan pendampingan dalam pemasaran melalui outlet yang lebih luas dan secara online melalui instagram, facebook dan mendaftar sebagai Gofood partner. Hasil kegiatan pengabdian telah dilaksanakan sesuai target yang direncanakan. Produk pizza topping ayam kari dan daging rendang telah dihasilkan dengan pengemasan yang bagus. Produk juga telah teruji organoleptic dengan 35 responden dengan hasil bahwa pizza disukai dan layak untuk dipasarkan. Pemasaran telah dijalankan melalui outlet toko kue dan online yang meliputi Instagram, facebook dan gofood parter. Dengan perluasan pemasaran ini telah berdampak pada peningkatan pendapatan yang signifikan.

Kata kunci: Ayam Kari, Daging Rendang, Inovasi, Pendampingan, Pizza

Abstract

Home cake business is a small and informal business that plays a strategic role in overcoming the economic crisis, so it needs special attention. One of the home-based cake businesses that has the potential to be developed is the pizza trademark "Pizzaro" which is managed by Mr. Abdul Rohman in Karanganyar district, Central Java. Previously, Pizzaro had produced sausage and smoked meat pizza toppings and was still having problems in product development and marketing. The efforts made by the Community Partnership Program (PKM) team at Sebelas Maret University are assisting innovations in pizza production with traditional seasoning toppings, namely curry chicken and rendang meat. The method used by the service team is through training and assistance to partners in making pizza with traditional seasoning toppings, namely chicken curry and beef rendang. After the partners are proficient in making pizza toppings with traditional spices and suitable for marketing, the PKM team provides assistance in marketing through wider outlets and online via Instagram, Facebook and registering as a Gofood partner. The results of the service activities have been carried out according to the planned targets. Pizza products with curry chicken topping and rendang beef have been produced with good packaging. The product has also been tested organoleptic with 35 respondents with the result that pizza is liked and deserves to be marketed. Marketing has been carried out through cake shop outlets and online which includes Instagram, Facebook and Gofood Parter. This expansion of marketing has resulted in a significant increase in revenue.

Keywords: Curry Chicken, Innovation, Mentoring, Pizza, Rendang Beef

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan informal merupakan sektor usaha yang telah terbukti berperan strategis atau penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia di tahun 1998 (Ukkas, 2017). Di sisi lain, sektor usaha kecil dan informal juga telah mampu memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia selama ini.

Kedudukan yang strategis dari sektor usaha kecil dan informal tersebut juga karena sektor ini mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan usaha besar/menengah. Keunggulan-keunggulan sektor ini antara lain kemampuan menyerap tenaga kerja dan menggunakan sumberdaya lokal, serta usahanya relatif bersifat fleksibel (Supriyanto, 2006). Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah merilis, dalam 10 tahun terakhir hingga 2016 jumlah usaha atau perusahaan di Jateng meningkat 13,06 persen. Tercatat ada 4,17 juta usaha atau perusahaan di Jateng yang dikelompokkan ke dalam 15 kategori lapangan usaha. "Dari skala skala usahanya, 4,13 juta perusahaan atau 98,98 persen merupakan usaha mikro kecil (UMK). Sementara sisanya sebanyak 42,48 ribu perusahaan atau 1,02 persen adalah usaha menengah besar (UMB) (Edi, 2017).

Salah satu usaha kecil yang potensial mengatasi dampak krisis ekonomi adalah usaha kue rumahan. Akhir-akhir ini usaha kue rumahan banyak ditekuni masyarakat. Masyarakat saat ini memiliki pole hidup praktis sehingga enggan untuk membuat kue sendiri dan lebih suka untuk membeli saja. Sebagian orang bahkan selalu menyediakan dan mengkonsumsi kue di rumah. Pada moment istimewa, kue pun masih menjadi makanan yang penting dan tidak dapat ditinggalkan. Melihat fenomena tersebut sangat jelas kalau produksi kue rumahan masih menjanjikan keuntungan yang besar. Apalagi usaha rumahan berupa kue ini hanya perlu modal yang relatif kecil ketika baru permulaan (NN, 2019)

Usaha kue rumahan yang menarik untuk dikembangkan adalah kue pizza. Pizza berasal dari negara yang sama dengan menara Pisa, yaitu Italia. Pizza merupakan hidangan roti pipih yang diberi topping seperti saus, sayuran, daging dan bahan-bahan lainnya (Afrilia, 2021). Pizza biasanya identic dengan kue mewah yang dijual di resto dengan harga yang mahal. Namun sebenarnya usaha kue pizza juga bisa dilakukan oleh usaha kue rumahan. Kini sudah ada pilihan topping pizza dengan rasa khas Indonesia seperti sate ayam, ayam balado, rendang, balado pizza dan tuna sambal matah yang siap menggoyang lidah (Hapari, 2018). Bagi pecinta rendang, piza rendang memanjakan lidah dengan suwiran rendang yang empuk dan ditambah bumbu rempah yang tajam. Warna coklat rendang akan berpadu serasi dengan tomat segar dan irisan cabe merah yang berwarnan warni (Tempo.co, 2016)

Salah satunya adalah usaha kue rumahan yang dikelola oleh Bapak Abdul Rohman. Usaha pizza rumahan ini sudah mulai dirintis sejak Mei 2017 bersama istrinya. Tahun 2018 pizza yang diproduksi sudah memiliki IRT 206331318673223 dengan merk Pizzaro. Pizzaro yang telah dipasarkan selama ini masih dikemas dengan sederhana seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Pizza utuh kemasan kotak (a) dan pizza eceran kemasan plastic (b)

Masalah yang dihadapi oleh usaha kue pizza dengan merk Pizzaro adalah (1) modal yang kurang mencukupi untuk mengembangkannya, (2) persaingan semakin ketat karena yang menjalankan usaha kue sudah banyak, dan (3) pemasaran yang masih terbatas pada distributor di warung-warung kecil. Oleh karena itu diperlukan solusi khususnya berkaitan dengan inovasi produk dengan varian baru dan pemasaran yang mengikuti perkembangan pasar. Adapun solusi yang diberikan oleh tim PKM UNS yaitu berupa pendampingan inovasi pengembangan produk pizza dan inovasi dalam pengemasan dan pemasarannya dengan jangkauan yang lebih luas.

Inovasi produk pizza bisa dilakukan dengan menciptakan rasa baru dan menghias pizza menjadi lebih unik dan menarik. Selama ini Pizzaro hanya memproduksi pizza dengan topping daging asap dan sosis. Inovasi yang menarik untuk dikembangkan pada produksi pizza adalah pizza dengan topping bumbu tradisional, yaitu ayam kari dan daging rendang. Kari dan rendang adalah masakan asli Indonesia dengan cita rasa yang khas dan digemari masyarakat di Indonesia. Dengan inovasi ini maka konsumen bisa menasakan pizza italia dengan cita rasa khas Indonesia. Di samping inovasi produk perlu inovasi pemasaran. Inovasi pemasaran yang lebih luas yang dikembangkan adalah mempromisikan produk lewat internet, misalnya melalui media sosial seperti Facebook, instagram, atau website untuk memasarkan kue secara online dan mendaftar menjadi anggota gojek parter. Di samping itu juga memperluas pemasaran melalui outlet toko kue. Dengan inovasi ini penjualan produk akan lebih meningkat dan berdampak pada omset usaha dan penghasilan yang akan semakin meningkat.

2. METODE

Sasaran dari Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi (usaha mikro). Adapun produk yang telah dijadikan usaha mitra adalah pizza dengan merk Pizzaro di Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan bantuan kepada usaha mikro (rumahan) dengan mengembangkan produk pizza dengan topping bumbu tradisional dan inovasi pengemasan dan pemasarannya. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan dijabarkan berikut ini.

2.1. Sosialisasi Kegiatan

Pada kegiatan ini, tim pengabdian melakukan sosialisasi dan koordinasi dengan mitra terkait dengan kegiatan yang dilakukan. Pada kegiatan ini disampaikan rencana kegiatan dan target yang ingin diperoleh. Pengadaan bahan dan alat untuk pendampingan juga didiskusikan dan dilakukannya pembagian tugas dalam pengadaannya.

2.2. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Pizza Topping Ayam Kari dan Pizza Topping Daging Rendang

Pada kegiatan ini tim pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan membuat pizza dengan topping ayam kari dan pizza topping daging rendang. Kegiatan yang dilakukan adalah melatih mitra pada pembuatan topping ayam kari. Karena mitra sudah mahir dalam membuat roti pizza, maka penekanan dari tahapan ini adalah melatih bagaimana meracik bumbu topping ayam kari dan topping daging rendang, dan menuangkannya sebagai topping dengan tampilan yang menarik.

2.3. Uji Organoleptik Pizza

Mitra membuat pizza dengan 3 varian yaitu pizza dengan topping sosis (orisinal), topping ayam kari dan topping daging rendang kemudian diuji organoleptik. Uji organoleptik pada produk pizza dilakukan untuk mengetahui performance dari pizza dan tingkat penerimaan konsumen. Uji organoleptik dilakukan terhadap rasa, penampilan, tekstur, aroma, khas pizza, kesukaan dan kualitas. Data yang diuji dengan skala Likert dengan lima tingkatan yaitu: 1, 2, 3, 4, 5.

2.4. Pendampingan Pengemasan Pizza

Setelah mitra mahir membuat pizza topping ayam kari dan daging rendang, maka diberikan pelatihan dalam mengemas produk dengan logo yang menarik. Pengemasan produk terdiri dari 2 macam yaitu kemasan eceran dan kemasan utuh. Kemasan dibuat dengan bahan kertas tebal dengan laminating.

2.5. Pendampingan Pemasaran Konvensional

Selama ini pemasaran pizza hanya terbatas dititipkan di warung-warung kecil.

Pendampingan pemasaran produk pizza secara konvensional oleh tim pengabdian dilakukan dengan menambah outlet ke toko kue dan supermarket. Dengan kemasan yang menarik maka peluang untuk terjualnya produk di toko dan supermarket tentu menjadi besar. Disamping itu juga dilakukan display di rumah dan backdrop yang menarik dan etalase kaca berupa grobak yang *mobile*.

2.6. Pendampingan Pemasaran Secara Online Melalui Instagram dan Facebook

Untuk pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas, maka tim pengabdian juga melakukan pendampingan pemasaran secara *online* melalui facebook dan instagram.

2.7. Pendampingan Pendaftaran Sebagai Go-Food Partner

Untuk kemudahan konsumen mendapatkan pizza, tim pengabdian juga melakukan pendampingan mendaftar menjadi gofood partner dan membimbing menyiapkan kelengkapannya, misalnya berupa foto produk dan harganya. Dengan tampilan foto yang menarik tentu dapat membangkitkan konsumen untuk membeli.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Sosialisasi kegiatan

Pada kegiatan sosialisasi ini, tim pengabdian melakukan sosialisasi dan koordinasi dengan mitra terkait dengan kegiatan yang akan dilakukan (Gambar 1). Sosialisasi meliputi rencana kegiatan, target yang akan diraih dan pengadaan bahan dan peralatan yang digunakan dalam pendampingan produksi pizza, pengemasan dan pemasarannya. Pada sosialisasi ini, mitra sangat antusias untuk melaksanakan kegiatan yang akan dilaksanakan dan sangat proaktif. Hal ini disebabkan sudah lama mitra mengungungkan ada inovasi produksi usaha pizza yang dijalankan.



Gambar 1. Tim pengabdian sedang melakukan sosialisasi kegiatan dengan mitra

3.2. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Pizza Topping Ayam Kari dan Topping Rendang

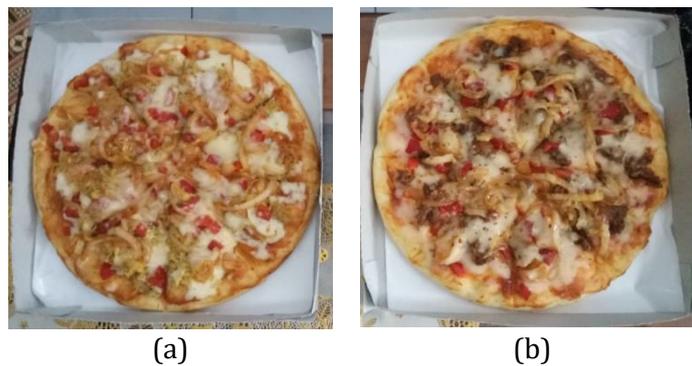
Pada kegiatan ini tim pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan membuat pizza dengan topping ayam kari dan pizza topping daging rendang (Gambar 2). Kegiatan yang dilakukan adalah melatih mitra pada pembuatan topping ayam kari dan topping rendang. Pada pembuatan topping ini mitra diberikan pelatihan langsung membuat ayam kari dan daging rendang dengan resep yang sudah disiapkan oleh Tim pengabdian. Karena mitra sudah mahir dalam membuat roti pizza, maka penekanan dari tahapan ini adalah melatih bagaimana meracik bumbu topping ayam kari dan topping daging rendang, dan menuangkannya sebagai topping dengan tampilan yang menarik. Dalam menuangkan topping pizza harus melalui tahapan yang benar supaya diperoleh hasil yang baik.

Setelah dilakukan pemberian topping pizza berupa ayam kari dan daging rendang, kemudian dilakukan pemanggangan. Hasil pemanggangan pizza dapat dilihat pada Gambar 3. Dari sisi tampilan, pizza topping daging rendang lebih gelap dibandingkan dengan pizza topping ayam kari. Hal ini disebabkan warna daging membuat warna topping didominasi warna

coklat/gelap. Namun karena ada warna gelap ini, topping daging rendan lebih memberikan kesan bereneka warna.



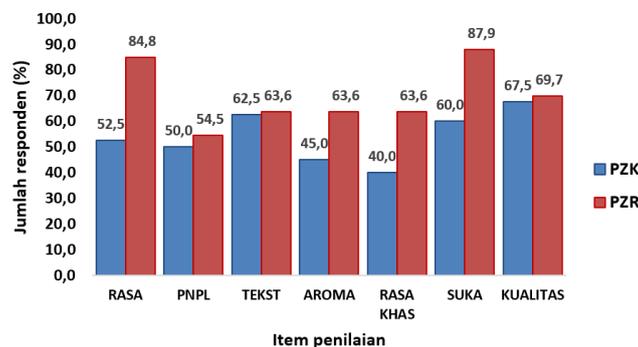
Gambar 2. Pendampingan membuat topping pizza



Gambar 3. Pizza dengan topping (a) ayam kari, (b) daging rendang

3.3. Hasil Uji Organoleptik

Pelatihan pembuatan produk pizza dilakukan dengan membuat variasi produk pizza berupa pizza original, pizza kari dan pizza rendang. Pizza selanjutnya dilakukan uji organoleptic untuk mengetahui performance pizza dan tingkat penerimaan konsumen terhadap pizza. Responden berjumlah 35 orang dengan umur 18-60 tahun. Item penilaian uii organoleptic adalah rasa, penampilan (PNPL), Tekstur (TEKST), aroma, rasa khas pizza, kesukaan (SUKA) dan kualitas. Hasil uji organoleptic kemudian dilakukan analisis data dan membuat histogram untuk mengetahui gambaran tingkat performance pizza dan tingkat penerimaan konsumen.



Gambar 4. Hasil uji organoleptic pizza topping ayam kari (PZK) dan daging rendang (PZR)

Uji organoleptic ini menggunakan skala likert dengan nilai 1, 2, 3, 4, 5 masing-masing dari urutan tidak baik/tidak disukai sampai sangat baik/sangat disukai. Data yang ditampilkan berasal dari responden yang memilih skala 4 dan 5 artinya yang baik dan baik sekali yang menunjukkan tingkat penerimaan konsumen tinggi. Hasil rangkuman uji organoleptic untuk ayam kari dan daging rendang ditampilkan pada Gambar 4. Gambar 4 menunjukkan bahwa dari

kebanyakan item peniaiam maka pizza dengan topping daging rendang lebih tinggi dibandingkan dengan pizza dengan topung ayam kari. Khususnya pada penampilan, aroma, rasa khas pizza dan kesukaan, maka pizza dengan topping daging rendang berbeda secara signifikan. Ada korelasi antara rasa dan tingkat kesukaan dari Pizza dengan topping daging rendang, dimana sekitar 85% panelis menyatakan bahwa pizza dengan topping daging rending memiliki rasa yang enak dan disukai. Berdasarkan wawancara dengan beberapa panelis, penilaian lebih rendah dari pizza topping ayam kari disebabkan pizza ini terlalu tajam rasa karinya. Dari sisi lain, untuk item penilaian penampilan dan tekstur, kedua varian pizza memeiliki pelilaian hampir sama.

3.4. Pendampingan Pengemasan

Pada kegiatan ini tim pengabdian melakukan pendampingan pengemasan sebagai tindak lanjut dari produksi pizza yang telah memenuhi kualitas yang layak untuk dijual di pasaran. Pendampingan dilakukan melalui diskusi dengan antara tim PKM dan mitra dalam mendisain kotak pizza yang akan digunakan. Dari hasil diskusi diperoleh desain kemasan seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. (a) Tim PKM berdiskusi tentang desain kemasan, (b) Kemasan yang dibuat

Gambar 5(b) menunjukkan, kemasan pizza yang dibuat berupa kemasan kotak yang terbuat dari karton terlaminasi dengan warna yang mencolok. Dan berlaminasi. Walaupun lebih mahal dari kemasan biasa, kemasan laminasi membuat tampilan kemasan lebih menarik dan tidak mudah rusak. Kemasan ini mencantumkan 4 variasi rasa topping yaitu sosis, daging asap, kari ayam dan rendang sapi. Dengan kemasan ini maka produksi siap dipasarkan secara on line dan masuk dalam toko atau supermarket.

3.5. Pendampingan Pemasaran

Pemasaran pizza selama ini dilakukan secara konvensional dengan menitipkan ke warung atau toko yang menjual makanan (Gambar 6a) dan juga melayani pesanan. Dengan pemasaran melalui outlet took, maka produk pizza ini mulai lebih dikenal masyarakat. Pemasaran yang sudah ada kemudian dikembangkan dengan membuka lapak di rumah dengan grobak yang didesain menarik seperti pada Gambar 6b. Adanya grobak ini, mitra dapat memajang produk pizza yang telah dibuat dan juga mengenalkan kepada masyarakat tempat produksi pizza.



Gambar 6. (a) Pemasaran di toko kue (b) Grobak pizza untuk etalase produk di rumah

Di samping dijual di rumah, grobak ini bisa dibawa ke tempat lain dengan mudah sehingga dalam menjual produk pada acara tertentu. Pada acara peringatan hari Kemerdekaan yang ke 74 pizzaro juga terlibat dalam kegiatan bazar dengan menjual produk pizza topping kari dan pizza topping rendang seperti pada Gambar 7, Tanggapan masyarakat terhadap produk pizza yang dikembangkan oleh pizzaro cukup baik. Dengan mengikuti acara bazar ini, produk pizza mulai dikenal masyarakat. Pizza yang diletakkan di grobak laris terjual dengan pembeli di dominasi anak-anak dan juga para ibu rumah tangga.

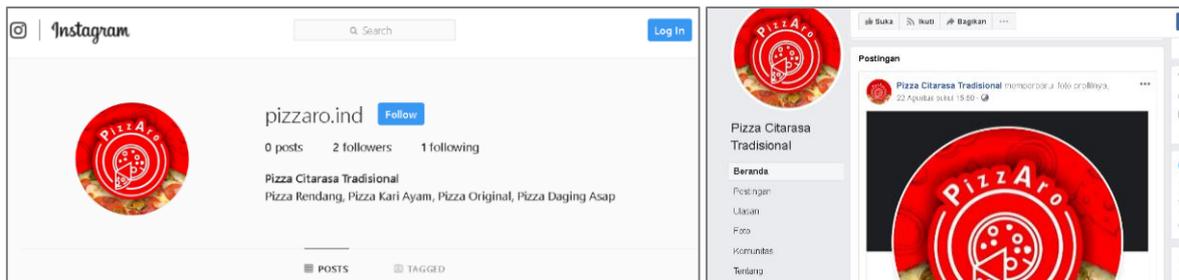


Gambar 7. Pemasaran pada kegiatan bazar di Jaten Karanganyar

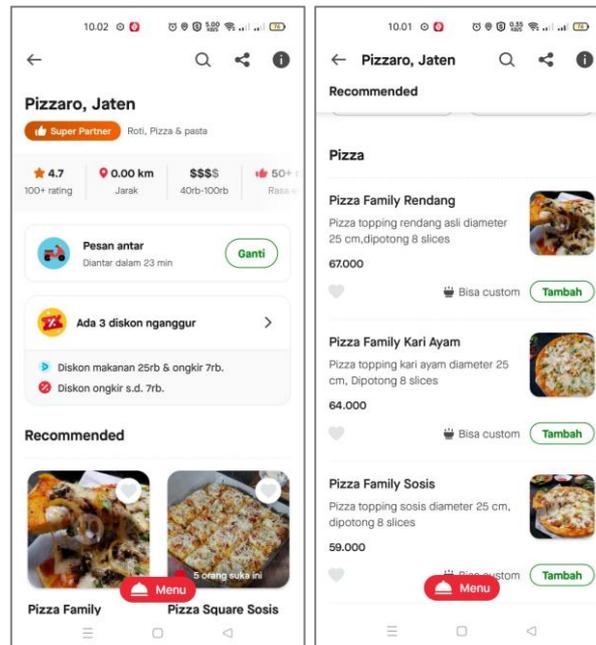
Pemasaran juga dikembangkan secara online melalui media sosial dan GoFood. Tim PKM memberikan pelatihan terkait dengan pemasaran online ini dengan praktek langsung seperti pada Gambar 8. Pemasaran melalui media sosial diantaranya melalui Instagram dengan alamat <https://www.instagram.com/pizzaro.ind/> dengan tampilan seperti pada Gambar 9a. Disamping itu juga dipasarkan melalui Facebook dengan alamat <https://www.facebook.com/Pizza-Citarasa-Tradisional-109640553736722/> dengan tampilan seperti pada Gambar 9b. Tampilan pada 2 media sosial ini masih diperlukan tambahan informasi dan gambar-gambar yang menarik sehingga akan membuat konsumen lebih tertarik untuk mengkases dan membeli produknya.



Gambar 8. Tim PKM sedang memberikan pelatihan pemasaran online



Gambar 9. Tampilan pemasaran online di (a) Instagram, (b) Facebook



Gambar 10. Tampilan pemasaran pizza melalui gofood

Pemasaran juga dilakukan melalui gofood parter. Pada pemasaran ini tim pengabdian melakukan pendampingan dan pemantauan dalam pendaftaran. Pada akhir kegiatan mitra sudah berhasil bergabung dengan gofood partner dan sudah melayani pelanggan secara online. Pelanggan dapat menikmati pizza topping daging rendang dan ayam kari kapan saja tanpa harus keluar rumah. Adapun tampilan gofood seperti pada Gambar 10 dengan alamat <https://gofood.link/u/N7zadZ>. Dengan pemasaran melalui gofood ini, omset penjualan pizza meningkat cukup signifikan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh tim PKM UNS telah dapat dilaksanakan dengan baik. Mitra sangat antusias dalam melaksanakan kegiatan pendampingan ini. Mitra telah dapat memproduksi pizza dengan topping bumbu tradisional berupa ayam kari dan daging rendang. Berdasarkan uji organoleptik, produk yang dihasilkan disukai masyarakat (responden) dan layak untuk dipasarkan. Pemasaran telah dilaksanakan melalui outlet toko kue dan secara online melalui instagram, facebook dan Gofood parter. Dengan pemasaran yang lebih luas ini, maka telah terjadi peningkatan pendapatan dari mitra yang cukup signifikan. Peluang pengembangan selanjutnya adalah pengembangan pizza dengan variasi topping khas masakan Indonesia yang lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UNS yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini melalui hibah Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun 2019.

DAFTAR PUSTAKA

Afrilian, D., (2021), "Hari Pizza Sedunia! Ini Sejarah dan 6 Fakta Pizza yang Menarik", <https://apps.detik.com/detik/>, Diakses 1 Maret 2022

- Edy, C.W., (2017), Provinsi Jawa Tengah Miliki 4,13 Juta UMKM,
<https://jateng.tribunnews.com/2017/06/02/provinsi-jawa-tengah-miliki-413-juta-umkm>,
Diakses 11 Maret 2022
- Hapsari, A.A., (2018), 5 Variasi pizza rasa khas Indonesia ini bisa bikin kamu ketagihan lho,
<https://brilicious.brilio.net/hits/5-variasi-pizza-rasa-khas-indonesia-ini-bisa-bikin-kamu-ketagihan-lho-1804020.html>, diakses 6 Februari 2019
- NN, (2019), Tips Sukses Buka Usaha Kue Rumahan Modal Kecil Untung Besar,
<https://www.matahidup.com/tips-buka-usaha-kue-rumahan/> Diakses 11 Maret 2022
- Supriyanto, 2006, Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan, *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 3
- Tempo.co. (2016), Pizza Rasa Rendang, Roti Gepang Nan Menggoda,
<https://travel.tempo.co/read/755063/pizza-rasa-rendang-roti-gepang-nan-menggoda>,
diakses 6 Februari 2019
- Ukkas, I., (2017), Strategi Dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM),
Berkemajuan: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1)

Halaman Ini Dikосongkan