

Demonstrasi Pembuatan Kreasi Produk Jajanan Pasar Pada Anggota Kelompok Usaha Bersama Graha Permai

Novita¹, Rina Sundari²

¹ STIE Riau

*Corresponding author

E-mail: novitaq8@gmail.com

Article History:

Received: 2023-04-10

Revised: 2023-05-01

Accepted: 2023-05-26

Abstract: *Jajanan pasar adalah makanan atau camilan tradisional yang biasanya dijual di pasar atau warung dalam budaya Indonesia. Mereka sering kali memiliki rasa yang unik dan beragam, serta menjadi favorit di antara masyarakat setempat. Ibu rumah tangga memiliki banyak pilihan pekerjaan sampingan yang dapat dilakukan untuk menghasilkan pendapatan tambahan. Pengabdian ini dilaksanakan pada KUB Graha Permai dimana didalamnya bergabung ibu rumah tangga sebagai tulang punggung keluarga dalam rangka meningkatkan penghasilan tambahan keluarga. Persoalan kurangnya kreasi produk menjadi fokus pengabdian ini. Melalui pendekatan demonstrasi dan dianalisis dengan pre tes dan pos tes maka diperoleh hasil pengabdian, dimana peserta mengalami perubahan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan dalam membuat produk kreatif.*

Keywords:

Demonstrasi; Kreasi; Produk Jajanan Pasar

Pendahuluan

Memulai usaha jajanan pasar dapat menjadi peluang yang menarik, tetapi seperti bisnis lainnya, ada beberapa masalah yang mungkin dihadapi. Beberapa masalah umum yang sering terjadi dalam usaha jajanan pasar adalah sebagai berikut: Pasar jajanan pasar sering kali sangat kompetitif. Anda mungkin menghadapi persaingan dari penjual lain yang menawarkan produk serupa atau bahkan variasi yang lebih menarik. Untuk mengatasi masalah ini, Anda perlu mencari cara untuk membedakan produk Anda, baik melalui kualitas, rasa, atau kemasan yang menarik.

Memprediksi permintaan pelanggan dan mengelola stok dengan efisien adalah tantangan dalam usaha jajanan pasar. Anda perlu menghindari kelebihan stok yang dapat berakibat pada pemborosan atau stok habis yang membuat pelanggan kecewa. Memantau permintaan pelanggan secara cermat dan melakukan perencanaan yang baik dapat membantu mengatasi masalah ini. Selera pelanggan bisa berubah dari waktu ke waktu, dan tren makanan juga bisa berubah. Jajanan

pasar yang populer saat ini mungkin tidak populer di masa mendatang. Oleh karena itu, Anda perlu tetap mengikuti tren pasar, memperbarui dan memvariasikan produk Anda sesuai kebutuhan dan selera pelanggan.

Persoalan tersebut dapat difokuskan pada persaingan yang ketat, sehingga perlu adanya kreasi produk yang sesuai dengan selera pelanggan. Tentunya perlu disikapi oleh pengusaha. Dalam pengabdian ini tim memberikan solusi memberikan demonstrasi cara membuat produk kreatif jajanan pasar. Beberapa pengabdian sebelumnya telah melakukan pengabdian antara lain: Dewi, S. N., Haryanto, A. T., & Fatonah, S. (2021) Hasil kegiatan dapat menambahkan wawasan bagaimana proses pengemasan yang baik, pengolahan makanan yang baik serta inovasi jenis makanan yang beraneka ragam sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Terdapat banyak jenis makanan yang diolah saat pelaksanaan PKM dan semua jenis makanan merupakan jenis makanan tradisional yang perlu dibudidayakan bagi daerah. Kemudian Setiawan, G., & Indra, F. (2023) dikatakan makanan tradisional Indonesia perlu diajarkan secara turun temurun agar aset kebudayaan bangsa tidak hilang begitu saja. Jajanan Tradisional yang ada di Indonesia berasal dari berbagai tempat mulai Sabang hingga Merauke memiliki makanan khas masing-masing. Akan tetapi, seiring perkembangan zaman yang begitu pesat, membuat generasi muda kurang mengetahui keberadaan kue tradisional.

Juga dilakukan oleh tim Riana, D., Awatara, I. G. P. D., & Yulia, Y. A. (2019) menjelaskan bahwa untuk membentuk kelompok usaha pembuatan jajanan pasar dan memasarkannya secara digital marketing (facebook).kelompok potensial yang dilatih adalah ibu-ibu PKK atau ibu rumah tangga yang gemar memasak. Dari kegemarannya itu, maka dapat diasah agar menghasilkan produk yang mempunyai nilai ekonomi untuk menambah penghasilan.Kelompok usaha pembuatan jajanan pasar ini terdiri dari empat sampai lima orang yang nantinya akan dibantu tim pengabdian dan mendatangkan seorang Chef. Hal ini untuk menarik minat para kelompok usaha pembuatan jajanan pasar agar lebih terpacu dan lebih semangat dalam membuat jajanan pasar yang layak dijual.jajanan pasar yang dibuat antara lain adalah jajanan pasar yang digemari oleh masyarakat.

Selain itu juga metode demonstrasi digunakan dalam pengabdian ini dimana dijelaskan metode demonstrasi adalah salah satu metode pengajaran di mana instruktur menggunakan contoh nyata atau langsung dalam bentuk demonstrasi untuk mengilustrasikan konsep, keterampilan, atau prosedur kepada peserta. Menurut Bandura, A. (2015) pentingnya demonstrasi sebagai salah satu mekanisme utama dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan melalui observasi dan pemodelan perilaku orang lain; dan disampaikan oleh Hilda Taba (2015) mengemukakan bahwa demonstrasi merupakan salah satu metode efektif dalam mengilustrasikan konsep atau keterampilan kepada peserta didik.

Metode

alam konteks pengabdian masyarakat, terdapat berbagai metode yang dapat digunakan untuk melibatkan komunitas dan mempromosikan perubahan positif. Pendekatan partisipatif digunakan dalam pengabdian ini: Pendekatan ini melibatkan masyarakat secara aktif dalam merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi program atau proyek pengabdian masyarakat. Tujuannya adalah untuk memastikan partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan, serta membangun kapasitas dan kemandirian mereka. Sasaran pengabdian adalah anggota kelompok KUB Graha Permai sebanyak 10 orang. Evaluasi pre-tes dan post-tes adalah dua metode evaluasi yang umum digunakan untuk mengukur perubahan atau peningkatan pengetahuan, keterampilan, atau sikap peserta dalam sebuah program atau intervensi.

Hasil

Kronologi pelaksanaan pengabdian masyarakat pada peserta mengenai demonstrasi kreasi produk jajanan pasar, yakni pertama Identifikasi Isu atau Kebutuhan: Tahap pertama dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah mengidentifikasi isu atau kebutuhan yang relevan dan signifikan dalam komunitas target. Hal ini dapat dilakukan melalui penelitian, observasi, atau dialog dengan anggota komunitas untuk memahami masalah yang dihadapi dan peluang perbaikan. Kedua, Perencanaan Program: Setelah mengidentifikasi isu atau kebutuhan, tahap berikutnya adalah merencanakan program pengabdian masyarakat. Hal ini meliputi menetapkan tujuan yang jelas, mengembangkan strategi dan aktivitas yang sesuai untuk mengatasi isu tersebut, serta menentukan sumber daya yang diperlukan dan jadwal pelaksanaan; ketiga, Kolaborasi dengan Pihak Terkait: Kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk anggota komunitas, pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan lembaga pendidikan, adalah langkah penting dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat. Melalui kolaborasi, sumber daya dan pengetahuan dapat digabungkan untuk memperkuat upaya dan mencapai hasil yang lebih baik; dan keempat, demonstrasi melibatkan pelaksanaan aktivitas yang direncanakan dalam program pengabdian masyarakat. Ini dapat mencakup kegiatan intervensi langsung di lapangan. Selama tahap ini, penting untuk memastikan koordinasi yang baik, pemantauan kemajuan, dan keterlibatan aktif anggota komunitas. Kelima, terakhir Evaluasi dan Pemantauan: Evaluasi dan pemantauan dilakukan sepanjang proses pelaksanaan untuk mengevaluasi dampak program dan memastikan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Metode evaluasi, seperti pre-tes dan post-tes, survei, wawancara, atau observasi, digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan. Hasil evaluasi ini digunakan untuk menginformasikan perbaikan program dan pengambilan keputusan di masa depan.

Dari hasil pengabdian yang dilakukan berkaitan dengan pelaksanaan demonstrasi peserta mengalami perubahan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan dalam membuat produk kreatif. Perubahan pada arti pentingnya produk kreatif dan peningkatan penghasilan usaha.



Gambar 1: Pelaksanaan Pengabdian

Diskusi

Perubahan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan untuk menghasilkan produk baru hasil kreasi diperoleh peserta pasca diberikannya demonstrasi pembuatan produk. Hal ini menjadi sebuah motivasi bagi peserta dalam menjalankan usahanya. Hal ini dari sisi pengetahuan dan pemahaman perubahan terjadi akan arti pentingnya produk baru. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Sulistyowati, N. (2022) Pengembangan produk bagi suatu usaha bukan merupakan pilihan, tetapi menjadi keharusan agar usaha dapat terus hidup dan berkembang. Kesuksesan usaha/bisnis bergantung pada kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, kemudian secara cepat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan biaya yang efisien. Usaha pengembangan produk dapat dikatakan sukses, jika produk dapat diproduksi dan dijual serta menghasilkan laba, untuk itu perlu didukung oleh strategi pemasaran yang jitu dan branding yang baik, dan 3) teknologi penting dalam bisnis karena dapat mempengaruhi sistem kerja perusahaan serta mempermudah dan mempercepat pekerjaan.

Selanjutnya dijelaskan oleh Ayu, C. D., Hardi, H., Rosa, E., Fitri, N., Putri, R. M., & Putra, R. B. (2022) penerapan berfikir kreatif agar lebih efektif dan efisien. Penggunaan konsep berfikir kreatif pada produknya, berorientasi tindakan serta mampu mengelola risiko dengan baik. Dengan berfikir kreatif maka masih tetap bertahan.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dijelaskan hasil pengabdian yang dilakukan berkaitan dengan pelaksanaan demonstrasi peserta mengalami perubahan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan dalam membuat produk kreatif. Perubahan pada arti pentingnya produk kreatif dan peningkatan penghasilan usaha.

Daftar Referensi

- Ayu, C. D., Hardi, H., Rosa, E., Fitri, N., Putri, R. M., & Putra, R. B. (2022). Penerapan Berfikir Kreatif pada UMKM Keripik Balado Shirley pada Masa Covid-19. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 2(1), 343-349.
- Bandura, A. (2015). *Social Learning Theory*. General Learning Press.
- Dewi, S. N., Haryanto, A. T., & Fatonah, S. (2021). Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Aneka Makanan "Jajanan Pasar" Bagi Ibu-Ibu Pkk Di Kelurahan Gebang, Masaran, Sragen. *WASANA NYATA*, 5(2), 56-61.
- Riana, D., Awatara, I. G. P. D., & Yulia, Y. A. (2019). IbM Pembentukan Usaha Kelompok Pembuatan Jajanan Pasar Dan Digital Marketing Di Kecamatan Jebres Surakarta. *Wasana Nyata*, 3(2), 62-67.
- Setiawan, G., & Indra, F. (2023). Pengabdian Masyarakat Aneka Rasa Choux Au Craquelin Dengan Cita Rasa Jajanan Tradisional Indonesia. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 200-212.
- Sulistiyowati, N. (2022). Pengembangan Produk UMKM di Wilayah Jakarta. *Media Abdimas*, 1(3), 162-170.
- Taba, H. (2015). *Curriculum Development: Theory and Practice*. Routledge.