

## MEMBANGUN KREATIFITAS PRODUK MAKANAN PADA MASYARAKAT

**Arizal. N<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Lancang Kuning

\*Corresponding author

E-mail: [arizal.N@unilak.ac.id](mailto:arizal.N@unilak.ac.id) \*

### Article History:

Received: 10-02-2022

Revised: 15-04-2022

Accepted: 20-05-2022

**Abstract:** Masalah keunggulan bersaing produk olahan makanan yang dihasilkan anggota kelompok usaha bersama graha permai masih belum baik. Tujuan diadakan pengabdian bagi masyarakat ini dimaksudkan agar anggota KUB Graha Permai mendapatkan pengetahuan dan pemahaman dan mampu menghasilkan produk inovatif yang memiliki daya saing unggul pada tingkat UMKM. Target yang dicapai dalam pengabdian ini adalah merubah daya saing produk dan meningkatkan penghasilan usaha produk makanan yang tergabung dalam KUBE Graha Permai dan mampu memahami dengan baik tata cara menghasilkan produk yang kreatif sehingga lebih mendapatkan pangsa pasar lebih luas dan lebih dapat bersaing dengan para pesaing yang ada. Metode yang digunakan adalah memberikan sosialisasi tentang apa itu produk kreatif, bagaimana menghasilkan produk kreatif dan merekayasa produk yang ada agar lebih inovatif. Metode ceramah dan praktek mengajukan pendaftaran izin IRT menggunakan pre test dan pos test akan memberikan penilaian yang lebih nyata kepada mitra akan keberhasilan kegiatan ini. Diharapkan mitra akan mengikuti sosialisasi dengan sungguh-sungguh dan ditargetkan menghasilkan pengetahuan dan ketrampilan dalam menghasilkan produk kreatif. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa adanya perubahan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan peserta pengabdian dalam menghasilkan produk unik buah dari kreatifitas mereka menghasilkan produk olahan makanan. Namun dalam prakteknya kreatifitas terhadap produk mengharuskan biaya dan percobaan yang berulang kali, sehingga perlu adanya pendampingan yang lebih intensif.

**Keywords:**

Produk Kreatif, Daya Saing Produk

## Pendahuluan

Produk olahan makanan yang dihasilkan oleh anggota kelompok usaha bersama saat ini merupakan produk yang memiliki daya tahan antara seminggu sampai satu bulan. Produk ini antara lain berupa produk olahan daging seperti bakso daging dan juga nugget ayam, selain itu produk olahan keripik kacang dan juga keripik olahan ubi kayu serta produk olahan udang seperti amplang udang. Produk-produk telah diproduksi dan dipasarkan melalui kelompok usaha bersama yang beranggotakan ibu-ibu rumah tangga di kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampar Kota Pekanbaru. Hasil data dari pengamatan yang dilakukan menunjukkan penjualan produk dimasa pandemi covid 19 ini rata-rata menurun sampai 25% dari sebelumnya dan bahkan produksi saat ini juga diturunkan, semua seminggu 3 kali produksi, saat ini hanya memproduksi seminggu sekali.

Kelompok usaha ini merupakan kelompok binaan dari dosen fakultas ekonomi yang semenjak berdiri terus melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan dengan maksud untuk meningkatkan kesejahteraan anggota kelompok. Usaha terus menerus ini juga dilihat dari kendala-kendala yang dihadapi anggota kelompok dalam rangka menciptakan keunggulan produk usaha mereka yang selama ini masih terkesan biasa-biasa saja.

Sedangkan menurut Amabile dalam Dedi Supriadi (1994: 9) sesuatu produk dinilai kreatif apabila: a) produk tersebut bersifat baru, unik, berguna, benar, atau bernilai dilihat dari segi kebutuhan tertentu, b) lebih bersifat heuristik, yaitu menampilkan metode yang masih belum pernah atau jarang dilakukan oleh orang lain sebelumnya. Namun produk yang ada rata-rata bukan produk baru, tidak juga unik, walaupun produknya berguna menurut kebutuhan dan juga metode pengolahannya juga biasa saja.

Kondisi seperti inilah yang dapat dilihat bahwa produk yang dihasilkan kurang kreatif, sehingga menyebabkan banyak persaingan dari produk serupa dipasaran dan kurang memiliki keunggulan dalam bersaing dengan produk sejenis. Selain itu juga adanya kesan anggota kelompok hanya ikut-ikutan membuat produk sejenis dengan pertimbangan karena produk tersebut laku dipasaran dan tidak mempertimbangkan tingkat persaingan yang tinggi dan pada gilirannya akan menyebabkan produk kalah saing dipasaran.

Berdasarkan pengamatan lapangan terhadap anggota permasalahan yang dihadapi selama ini terhadap produk yang dihasilkan agar berbeda dengan produk pesaing, mereka kurang memiliki pengetahuan yang cukup, selama ini mereka tidak pernah mendapatkan penjelasan bagaimana membuat sebuah produk itu berbeda dengan yang sehingga tingkat persaingan antar pesaing itu dapat diatasi. Anggota juga menuturkan masih kurangnya pemahaman pentingnya produk yang berbeda atau yang memiliki keunggulan tersendiri. Juga apa yang mereka buat selama ini hanya mengikuti produk orang lain dan masuk dalam pasar.

Permasalahan yang dihadapi oleh anggota kelompok usaha bersama ini adalah kurangnya kreatifitas mereka dalam menghasilkan suatu produk, kurangnya pengetahuan dan juga pemahaman terhadap produk yang dibuat menyebabkan hasil yang diterima kurang memuaskan dan juga kurangnya respon pasar terhadap produk yang mereka jual.

Sari, N. (2018) menjelaskan bahwa Ekonomi kreatif adalah gagasan baru sistem ekonomi yang menempatkan informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor produksi yang paling utama. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia didukung oleh arahan Presiden RI bahwa ekonomi kreatif harus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia.

Wulandari, W. (2018) menjelaskan bahwa pentingnya pengembangan bisnis usaha olahan bagi UKM yang lebih inovatif dengan fokus pengelolaan usaha dalam hal pemasaran produk yang sekaligus merupakan masalah bagi sebagian besar UKM.

Yanti, Y., Busniah, M., Syarif, Z., & Pasaribu, I. S. (2019) memberikan penjelasan mengenai kreatifitas produk membangun jiwa wirausaha pada masyarakat yang didapat adalah terciptanya pemahaman masyarakat akan pentingnya berwirausaha, keterampilan masyarakat dalam mengolah berbagai produk makanan, menciptakan peluang usaha bagi masyarakat, produk makanan yang siap dipasarkan, dan peningkatan pendapatan masyarakat.

## Metode

Dalam rangka pelaksanaan pengabdian pada masyarakat maka lokasi pengabdian kepada masyarakat yakni di KUBE Graha Permai Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru. Pengabdian ini ditujukan kepada anggota KUBE Graha Permai yang memiliki Produk Makanan.

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi: Survei lokasi, Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran, Penyusunan bahan/materi pengabdian, yang meliputi: produk kreatif, pentingnya produk kreatif dalam usaha dan cara merekayasa produk yang ada menjadi produk kreatif. Tahapan dalam pelaksanaan pengabdian dilakukan mempersiapkan antara lain: Penjelasan tentang bentuk-bentuk produk kreatif, Penjelasan tentang kaitan produk kreatif dengan persaingan usaha, Merekayasa produk yang ada menjadi produk kreatif yang memiliki daya saing.

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan yaitu: Metode ceramah: hal ini dipilih untuk memberikan penjelasan tentang arti pentingnya produk kreatif yang memiliki daya saing. Tanya jawab: metode ini digunakan untuk meningkatkan pemahaman anggota kelompok mengenai produk kreatif yang memiliki daya saing. Praktek: yakni dengan

mempraktekkan secara langsung bagaimana merekayasa produk yang ada menjadi produk kreatif yang memiliki daya saing.

Dari 7 anggota kelompok yang hadir atau lebih dari 60% yang hadir pada kegiatan ini. Hal ini menandakan antusiasnya mitra dalam menghadiri kegiatan pengabdian ini demi mendapatkan pencerahan mengenai produk kreatif yang memiliki daya saing. Sebelum dilakukan kegiatan ini disebarkan kuesioner pre test yang digunakan untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai arti pentingnya produk kreatif yang memiliki daya saing. Anggota mitra kelompok usaha bersama trampil dalam dalam merekayasa produk yang sudah ada menjadi produk kreatif yang memiliki daya saing.

## Hasil

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilaksanakan pada tanggal 4 Januari 2021 lalu pada kelompok usaha bersama (KUBE) Graha Permai tentang “PkM KUB Graha Permai Dalam Membangun Kreatifitas Produk Makanan Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan”, maka mengukur tingkat keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan dengan cara melakukan evaluasi 2 (dua) tahapan yaitu sebelum (pretes) dan sesudah (pos tes).

Namun sebelumnya evaluasi terhadap kehadiran peserta dimana dimasa pandemic saat ini peserta sebagian enggan berkumpul dan tim juga hanya mengundang 10 orang anggota KUBE Graha Permai, dari 10 undangan tersebut ternyata kehadiran mencapai 80% atau 8 orang yang hadir. Ini menunjukkan bahwa antusias peserta dalam mengikuti pengabdian masyarakat ini cukup baik dan mendapatkan respon yang positif dengan adanya diskusi atau Tanya Jawab dari peserta mengenai materi yang diberikan.

Kronologi pelaksanaan pengabdian yakni dengan sebelumnya memberikan penjelasan kepada anggota kelompok tentang arti pentingnya produk dan persaingan produk, kemudian pentingnya kreatifitas dalam menghadapi persaingan produk serta bagaimana penerapan kreatifitas produk pada setiap produk yang dihasilkan peserta. Hal ini dijelaskan dan ditanggapi oleh peserta dalam rangka menghadapi persaingan dan juga eksistensi produk yang mereka jual kepada konsumen.

## Diskusi

Penjelasan yang diberikan berkenaan dengan cara membangun kreatifitas produk makanan yang dihasilkan peserta dalam rangka menghadapi persaingan produk di masa pandemic ini dijelaskan dengan memberikan konsep dasar kreatifitas dan arti pentingnya kreatifitas dan penerapan kreatifitas pada setiap

produk yang dihasilkan. Dari hasil pengabdian yang dilakukan dengan menilai keberhasilan sebelum dan sesudah anggota kelompok mendapatkan materi tentang membangun kreativitas ini antara lain:

- a. Pengetahuan anggota kelompok dalam proses membuat produk yang berbeda dari yang sudah ada.

Pengetahuan mengenai proses membuat produk yang berbeda dari yang sudah ada yang diperoleh anggota kelompok akan menjadi motivasi bagi mereka dalam mendapatkannya, semakin tinggi pengetahuan mereka akan arti pentingnya mengetahui proses membuat produk yang berbeda dari yang sudah ada ini maka akan semakin bersemangat mereka dalam berkreasi. Diketahui bahwa skor sebelum mendapatkan pengetahuan tentang Pengetahuan Peserta proses membuat produk yang berbeda dari yang sudah ada sebesar 1,8 yang artinya masih sedang, sedangkan setelah mendapatkan pengetahuan menjadi 2,9 yang artinya sudah baik.

- b. Pemahaman anggota kelompok tentang manfaat atau kegunaan dari membuat produk berbeda dengan produk lainnya dalam memenuhi harapan konsumen

Manfaat atau kegunaan dari membuat produk berbeda dengan produk lainnya dalam memenuhi harapan konsumen, dengan dilakukannya kreativitas produk maka usaha dapat menghadapi persaingan yang mereka hadapi. Sejauhmana anggota kelompok memahami manfaat atau kegunaan dari membuat produk berbeda dengan produk lainnya dalam memenuhi harapan konsumen maka dapat diketahui bahwa skor sebelum mendapatkan materi mengenai manfaat atau kegunaan dari membuat produk berbeda dengan produk lainnya dalam memenuhi harapan konsumen sebesar 1,6 dan setelah mendapatkan materi mencapai 2,8 dan hal ini menunjukkan peserta sudah jelas bagi peserta bahwa dengan memahami upaya yang dilakukan pengelola usaha membangun kreativitas produk dalam menghadapi persaingan dalam rangka memenangkan pasar.

- c. Kemampuan anggota kelompok tentang membuat produk yang berbeda dari produk kebanyakan

Untuk menghasilkan produk yang berbeda dan memiliki ciri khas maka seorang pengelola usaha perlu menerapkan beberapa hal antara lain memahami potensi yang ada pada dirinya sendiri, kemudian menghasilkan produk yang unik dengan cita rasa tersendiri dan dilakukan secara berulang-ulang atau juga konsisten dan juga terus berusaha mendengarkan keluhan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Untuk bagaimana kemampuan peserta dalam membuat produk yang berbeda dari produk kebanyakan maka dapat diketahui bahwa skor sebelum mendapatkan penjelasan mengenai

kemampuan membuat produk yang berbeda dari produk kebanyakan sebesar 1,5 dan setelah mendapatkan penjelasan mencapai 2,4. Sesungguhnya dalam praktek kreativitas ini sesungguhnya peserta sudah memiliki dan menerapkan ide kreatif mereka tanpa disengaja atau alami. Sebagai contoh untuk produk kue talam, peserta sudah menerapkan kemasan yang konsisten sehingga adanya warna dan kemasan yang sudah dikenal oleh konsumen terhadap produk yang dijual. Hal ini dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 1: Kemasan Kue Talam

Kemudian juga pada produk goreng pisang ketan yang dihasilkan dengan menerapkan kemasan dengan menggunakan daun pisang memiliki cita rasa tersendiri dan ini menjadi sebuah keunikan terhadap rasa yang ada. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2: Kemasan Pisang Goreng dengan Ketan

Dari produk yang dihasilkan memang dapat diketahui peserta sebagian tanpa disengaja telah mempertahankan keunikan produk karena dari tanggapan konsumen mereka dijelaskan sebagian dari konsumen sudah mengenal produk dari rasa dan aroma sehingga adanya rasa ketertarikan.

- d. Mencoba membuat produk yang berbeda dengan produk yang lain  
Berkenaan dengan mencoba membuat produk yang berbeda dengan produk yang lain ini adalah usaha yang dilakukan oleh anggota KUBE Graha Permai dalam berkreasi menghasilkan produk yang dihasilkan hal ini dilakukan dalam rangka membangun semangat mereka untuk selalu eksis dalam berbagai kondisi maka dapat diketahui bahwa skor sebelum mendapatkan penjelasan sebesar 1,5 dan setelah mendapatkan materi mencapai 2,9 dan hal ini menunjukkan peserta bersemangat dalam mencoba berkreasi

membuat produk yang berbeda dengan produk yang lain.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diketahui dengan jelas bahwa dengan menggunakan empat indikator pengabdian masyarakat pre test dan post test, maka dapat dibuat rekapitulasi hasil pengabdian bahwa setelah mengikuti pengabdian dalam membangun kreativitas peserta mengalami peningkatan wawasan dari 1,6 menjadi 2,7 ini menunjukkan adanya perubahan yang berarti pasca mendapatkan materi. Dari empat indikator di atas, dapat diketahui indikator tertinggi adalah pada semangat sedangkan indikator terendah adalah pada kemampuan berkreasi. Sedangkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman masih dalam kategori rata-rata.

## Kesimpulan

Setelah mengikuti pengabdian dalam membangun kreativitas peserta mengalami peningkatan wawasan dari 1,6 menjadi 2,7 ini menunjukkan adanya perubahan yang berarti pasca mendapatkan materi. Dari empat indikator di atas, dapat diketahui indikator tertinggi adalah pada semangat sedangkan indikator terendah adalah pada kemampuan berkreasi.

## Daftar Referensi

- Dedi Supriadi, (1994), *Kreativitas, Kebudayaan & Perkembangan Iptek*, Alfabeta, Bandung.
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51-60.
- Wulandari, W. (2018, October). Inovasi Usaha Kreatif Produk Olahan Ikan Tenggiri. In *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)* (Vol. 1, No. 1, pp. 88-95).
- Yanti, Y., Busniah, M., Syarif, Z., & Pasaribu, I. S. (2019). Peningkatan Kreativitas Masyarakat melalui Usaha Produk Olahan Tanaman Palawija di Nagari Sungai Durian, Solok, Sumatera Barat. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 58-63.