
Pengembangan Kemasan Dan Variasi Rasa Kue Basah Ibu-Ibu PKK Kelurahan Cinere dan Gandul

Tiara¹, Nurlaela^{2*}, Syafa'atun³, Anita Nurfida⁴
^{1,2,3,4} Universitas Indraprasta PGRI
*Email: nurlaela2315@gmail.com

Abstrak

Sejarah Artikel

Diterima : 01 Januari 2023
Disetujui : 13 Maret 2023
Dipublikasikan : 15 April 2023

Kata kunci: kue basah, inovasi, pemasaran, pengembangan produk

Di era globalisasi saat ini, masyarakat khususnya para Ibu-ibu PKK harus mampu bersaing dalam menciptakan produk yang kreatif dan bervariasi dengan toko kue atau penjual kue yang lebih modern saat ini. Ibu-ibu PKK harus berfikir untuk dapat membuat suatu makanan yang kreatif, bervariasi, rasa yang enak dan tampilan kemasan yang menarik pembeli. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan antusiasme ibu-ibu PKK untuk mengembangkan produk pada bidang pengemasan produk kue basah di kecamatan Cinere : kelurahan Cinere dan kelurahan Gandul dan daya dukung ibu-ibu PKK terhadap pemasaran produk kue basah di kecamatan Cinere: kelurahan Cinere dan kelurahan Gandul. Metode pelaksanaan pada kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dalam bentuk observasi langsung dan *workshop*. Penjelasan materi disampaikan dalam bentuk presentasi tentang materi pengembangan produk, kelebihan produk kue basah dan pemasaran kue basah. Adapun simpulan dari kegiatan ini yaitu peserta telah memahami bahwa kegiatan pengembangan kemasan produk dapat meningkatkan daya jual produk kue basah khususnya yang dibuat oleh Ibu-ibu PKK serta peserta memahami dengan mempelajari pemasaran produk dan mempraktekannya diharapkan semakin banyak pembeli sehingga mampu meningkatkan ekonomi dan taraf hidup secara pribadi serta taraf hidup masyarakat sekitarnya.

Abstract

Keywords: wet cake, innovation, marketing, product development

In the current era of globalization, the community, especially the PKK women, must be able to compete in creating creative and varied products with more modern pastry shops or cake sellers. PKK mothers must think to be able to make a creative, varied food, good taste and display packaging that attracts buyers. The implementation of community service activities aims to increase the enthusiasm of PKK mothers to develop products in the field of packaging of wet cake products in the Cinere sub-district: Cinere and Gandul villages and the carrying capacity of PKK mothers to market wet cake products in Cinere sub-district: Cinere village Gandul village. The research method in Community Service activities is in the form of direct observation and workshops. Explanation of the material was delivered in the form of presentations about product development material, the advantages of wet cake products and the marketing of wet cakes. The conclusion of this activity is that participants have understood that product packaging development activities can increase the selling power of wet cake products especially those made by PKK mothers and participants understand by learning product marketing and practicing it, it is expected that more buyers can improve their economy and living standards. personal and living standards of the surrounding community.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan lingkungan, kecenderungan masyarakat dalam membeli makanan telah berubah. Mereka memperhatikan rasa, kandungan gizi dan nutrisi yang terdapat dalam makanan tersebut, baru kemudian memikirkan harga. Oleh karena itu, kue basah sangat cocok dan potensial untuk terus dikembangkan, baik dari segi pengemasan maupun variasi bentuk kue. Pengembangan kreativitas ibu-ibu PKK di kecamatan Cinere : kelurahan Cinere dan kelurahan Gandul dapat dijadikan sebagai contoh organisasi yang telah berhasil dalam memberdayakan kreativitas ibu-ibu dalam bidang usaha. Kegiatan usaha produktif dapat menambah penghasilan keluarga dengan memanfaatkan kemampuan yang dimiliki serta modal yang sedikit namun dapat digunakan sebagai usaha (Widiastuti & Widyaswati, 2018) Terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi mitra yaitu kurang menariknya pengemasan produk kue basah dan kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh ibu-ibu PKK di kecamatan Cinere. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan antusiasme dalam mengembangkan produk kue basah dan meningkatkan pengetahuan serta wawasan ibu-ibu PKK tentang pemasaran produk kue basah.

Pengembangan produk adalah sebuah strategi pemasaran untuk meningkatkan perusahaan dengan mengiklankan produk baru atau yang diinovasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan (Kotler, 2007). Pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan memodifikasi kedalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan (Simamora, 2007). Pengembangan suatu produk bukanlah sesuatu hal yang cukup mudah, karena pada dasarnya dalam pengembangan produk itu sendiri terdapat banyak hambatan baik yang timbul dari dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan. Setiap perusahaan menginginkan adanya inovasi dan pengembangan produk, yang akhirnya menjadi suatu kewajiban agar perusahaan yang bersangkutan dapat bertahan dalam dunia bisnis atau bahkan lebih berkembang lagi (Suardi, 2005). Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi perusahaan, sebab inovasi memiliki peran penting di tengah pasar yang kompetitif, karena itu suatu perusahaan harus dapat terus melakukan inovasi-inovasi baru. Oleh karena itu, pengembangan produk sangatlah penting bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan.

Produk-produk kue basah di pasar semakin diterima masyarakat dengan baik, namun hal tersebut membuat persaingan semakin ketat. Perkembangan yang terlihat jelas dari segi bentuk, rasa maupun kemasan. Masyarakat khususnya Ibu-ibu PKK harus mampu bersaing dalam menciptakan produk yang kreatif dan bervariasi, sehingga tidak kalah oleh penjual kue yang lebih modern. Permasalahan yang dihadapi ibu-ibu PKK diantaranya belum adanya variasi baru dari segi rasa pada

kue basah dan kurang menariknya pengemasan produk kue basah. Karena varian rasa dan pengemasan kue yang kurang menarik berdampak kepada pemasaran dan persaingan harga di pasaran (Musriah N dkk, 2022).

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan mengkombinasikan empat variabel yang sangat mendukung didalam menentukan strategi pemasaran, kombinasi keempat variabel itu dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*) (Ghazzan, 2014). Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan (Kotler, 2009), “Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”.

Menurut Hasan (2013:4), pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Teori pemasaran sederhana selalu menekankan bahwa dalam kegiatan pemasaran harus jelas siapa yang menjual, apa, dimana bagaimana, bilamana dalam jumlah berapa dan kepada siapa produk tersebut dijual (Miskiyah et al., 2021). Tujuan pemasaran menurut (Hasan, 2013) mencakup maksimalisasi keuntungan, memaksimalkan pangsa pasar, memaksimalkan penjualan, meningkatkan citra merek, meningkatkan kepuasan pelanggan, menyediakan *value* dan memelihara stabilitas harga. Menurut Hasan (2013:436), strategi pemasaran yang baik harus dibangun atas dasar pemahaman bisnis yang kuat, dikombinasikan dengan pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan, pesaing dan *skills*, dan *core* bisnis termasuk dengan para pemasok dan distributor.

PKK merupakan suatu gerakan pembangunan masyarakat yang tumbuh dari bawah dengan wanita sebagai motor penggeraknya, dalam membangun keluarga sebagai suatu unit atau kelompok terkecil dalam masyarakat dengan cara menumbuhkan, menghimpun, mengarahkan, dan membina keluarga guna mewujudkan keluarga sejahtera (Diah Widyatun, 2018). Visi dari PKK adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan yang diinginkan. Salah satu upaya untuk mewujudkan visi gerakan PKK adalah dengan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat akan terwujud apabila terdapat upaya untuk memberdayakan keluarga. Sedangkan yang dimaksudkan dengan pemberdayaan keluarga yaitu segala upaya fasilitasi yang bersifat non-instruktif guna meningkatkan pengetahuan dan kemampuan agar mampu dalam mengidentifikasi masalah, merencanakan, dan mengambil keputusan untuk melakukan pemecahan dengan benar, tanpa atau dengan bantuan pihak lain (Panduan Pemberdayaan Masyarakat, 1999 : 2). Pemberdayaan keluarga ini sangat penting karena akan menghasilkan kemandirian keluarga.

Misi PKK yaitu sesuatu yang harus dilaksanakan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan di masa yang akan datang. Misi Gerakan PKK adalah pemberdayaan masyarakat dan menciptakan kondisi untuk meningkatkan SDM masyarakat agar dapat membangun dirinya

berdasarkan potensi, kebutuhan aspirasi dan kewenangan yang ada. Guna mewujudkan misi PKK tersebut, ditetapkan sasaran gerakan PKK sebagai berikut:

1. Pengembangan dan peningkatan mental spiritual (sikap dan perilaku) sebagai insan hamba Tuhan, anggota masyarakat, dan warga negara yang dinamis serta bermanfaat berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.
2. Pengembangan dan peningkatan fisik material (pangan, sandang, papan, kesehatan, dan kesempatan kerja) yang layak serta lingkungan hidup yang sehat dan lestari melalui peningkatan pendidikan, pengetahuan, dan ketrampilan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada Ibu-ibu PKK Kelurahan Cinere dan Kelurahan Gandul yang beralamat di Jl. Raya Gandul, Cinere, Depok, Jawa Tengah dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang, terdiri dari ibu-ibu PKK Kelurahan Cinere 10 orang dan ibu-ibu PKK Kelurahan Gandul 10 orang. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 13 Oktober 2018 dan 3 November 2018. Metode yang dilakukan dalam penelitian kegiatan Pengabdian Masyarakat ini melalui beberapa tahap, yaitu :

1. Observasi langsung.

Observasi langsung yaitu: tim pengabdian langsung datang ke lokasi pengabdian untuk memperoleh data. Hal ini kami lakukan pada saat menjelang maupun saat kegiatan berlangsung. Observasi berguna untuk mengetahui kondisi Ibu-ibu PKK di Kecamatan Cinere : Kelurahan Cinere dan Kelurahan Gandul, menentukan materi apa yang diperlukan dalam memberikan pemahaman dari pengembangan produk dan pemasaran produk itu sendiri. Observasi sangat penting untuk mewujudkan kesuksesan kegiatan pengabdian masyarakat itu sendiri.

2. *Workshop*

Tim abdimas memberikan materi-materi yang berkaitan dengan pengembangan dan pemasaran produk kue basah kepada ibu-ibu PKK di Kecamatan Cinere : Kelurahan Cinere dan Kelurahan Gandul. Setelah itu dilakukan tanya jawab serta diskusi terkait materi yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini ditujukan untuk berbagi wawasan dan ketrampilan kepada ibu-ibu PKK di Kecamatan Cinere : kelurahan Cinere dan kelurahan Gandul tentang pengembangan produk kue basah serta strategi pemasaran kue basah agar dapat bersaing

dengan kue – kue yang telah ada di pasaran. Kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini sangat didukung oleh ketua masing-masing Kelurahan dan ketua Kecamatan Cinere dan dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan ilmu pengetahuan yang baru kepada Ibu-ibu PKK. Antusias warga dalam mengikuti kegiatan ini patut diapresiasi. Karena dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut para peserta yang mayoritas adalah ibu-ibu sangat tertarik dengan penjelasan materi mengenai konsep pengemasan yang baru, serta menambahkan ide-ide dalam variasi rasa, variasi bentuk-bentuk kue yang dapat menarik calon konsumen sehingga bagi para peserta dapat menjadi pengalaman dan pengetahuan yang baru. Sehingga dapat membentuk pola pikirnya menjadi ibu-ibu PKK yang produktif, kreatif dan mampu menciptakan produk-produk baru yang akan dipasarkan ke berbagai tempat di sekitar mereka tinggal.



Gambar 1. Pelaksanaan Abdimas



Gambar 2. Foto Bersama Peserta

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa penyampaian materi yang telah disampaikan bermanfaat bagi warga dan khususnya bagi Ibu-ibu PKK Kecamatan Cinere Kota Depok. Sehingga dapat disimpulkan kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan, wawasan, pengalaman dan motivasi Ibu-ibu PKK untuk menggali ilmu sebagai wujud dari pengembangan dalam melakukan usaha yang inovatif, kreatif dan mandiri.

2) Pembahasan

Kegiatan ini diawali dengan penjelasan materi yang disampaikan oleh tim abdimas yang bertugas sebagai moderator, adapun materi yang disampaikan adalah sebagai berikut: (1) menjelaskan tentang pengembangan produk, (2) menjelaskan kelebihan produk kue basah ibu-ibu PKK, (3) menjelaskan pemasaran produk kue basah Ibu-ibu PKK.

Tahap berikutnya adalah sesi tanya jawab dan ternyata peserta sudah menyiapkan beberapa pertanyaan kepada tim abdimas. Setiap pertanyaan dari peserta, tim abdimas bisa menjelaskan dengan baik dan melakukan umpan balik kepada peserta yang bertanya mengenai kepuasan dari jawaban tim abdimas. Tiga tahap persentasi telah dilakukan, persentasi berakhir dan ditutup, semoga materi yang diberikan dapat dimengerti dan menambah wawasan serta pengalaman Ibu-ibu PKK.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini sangat perlu dan dirasakan manfaatnya oleh Ibu-ibu PKK, karena menambah peningkatan wawasan, pengalaman. Adapun simpulan dari kegiatan ini adalah peserta telah memahami bahwa kegiatan pengembangan kemasan produk dapat meningkatkan daya jual produk kue basah khususnya yang dibuat oleh Ibu-ibu PKK. Selain itu, peserta juga memahami pemasaran produk kue basah yang baik dan dapat mempraktekkannya, diharapkan produk semakin banyak pembelinya sehingga mampu meningkatkan ekonomi dan taraf hidup secara pribadi serta taraf hidup masyarakat sekitarnya.

Dari simpulan diatas, tim abdimas mengajukan saran dan rekomendasi sebagai berikut: dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, perlu diintensifkan dengan komunikasi yang baik, agar para peserta khususnya Ibu-ibu PKK memiliki kesadaran bahwa mereka mampu menciptakan sesuatu yang bermanfaat dan menghasilkan produk baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh peserta yang telah hadir dan Universitas Indraprasta PGRI Jakarta yang telah memberikan dukungan terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Diah Widyatun. (2018). Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di masa depan. [Http://Jurnalbidandiah.Blogspot.Com/2012/05/Pembinaan-Kesejahteraan-Keluarga-Pkk-Di.Html](http://Jurnalbidandiah.Blogspot.Com/2012/05/Pembinaan-Kesejahteraan-Keluarga-Pkk-Di.Html).
- Ghazzan, F. (2014). *Marketing*. <https://catatanmarketing.wordpress.com/tag/pemasaran-adalah/>

- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. caps.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2* (12th ed.). Prenhallindo.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh : Bob Sabran*.
- Miskiyah, N., Mariskha, Z., Pebrianti, Y., Bisnis, J. A., & Sriwijaya, P. N. (2021). Palembang “ *Uti* ” *Home Cake Business Development by Applying Marketing Mix and Business Documents*. 2(1), 24–31.
- Musriah N dkk. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Kue Basah Ibu-Ibu PKK Desa Tiwulandu Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes. *Jurnal Profesional Jurnal Pengabdian Masyarakat (PROJA)*, 1.
- Simamora, H. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo.
- Suardi, W. (2005). Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat penjualan. *Jurnal STIE Kesatuan, Bogor*, 2.
- Widiastuti, C. T., & Widyaswati, R. (2018). *Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pelatihan Wirausaha Produk Camilan Sehat Stik Sea Food bagi Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Mlatibaru Semarang*. 2(1), 17–26.