

PRODUKSI SAMBAL BAKAR SEBAGAI BENTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT DESA BENJOR, KABUPATEN MALANG

¹Desti Nur Aini*, ²Alivia Pratama Eka Suci,
³Kaffana Riski Audina, ⁴Alisia Baitul Isra'

^{1 2 3 4}Universitas Negeri Malang, Jalan Semarang no. 5 Malang, (0341) 551312
*e-mail: desti.nur.fs@um.ac.id

Abstrak

Masyarakat desa Benjor yang tergabung dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadikan komunitas inovator yang mampu melihat peluang, semangat, dan berkemampuan dalam memperkaya pasar dengan produk yang inovatif. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertujuan untuk mengetahui potensi desa didalam hal pengembangan Produk Sambal Bakar Pawon Benjor untuk menambah penghasilan masyarakat khususnya kaum perempuan di Desa Benjor. Pendampingan yang dilakukan pada masyarakat Desa Benjor terdiri dari tahapan perancangan dengan membuat desain label pada kemasan produk, Nomor Izin Berusaha (NIB), serta membuat akun Instagram sebagai media promosi. Kemudian dilakukan sosialisasi tentang cara pengalengan makanan juga cara sterilisasi kemasan. Setelah itu, dilakukan demonstrasi pembuatan Sambal Bakar Pawon Benjor oleh bersama ibu-ibu Desa Benjor. Terakhir memproduksi sambal bakar untuk diperjualbelikan Hasil dari pendampingan UMKM ini adalah para perempuan di Desa Benjor mengetahui cara memasak Sambal Bakar sekaligus cara pengalengan makanan dan sterilisasi yang tetap terjaga dan tahan lama. Kegiatan ini membangun kesadaran mengenai inovasi di bidang ekonomi kreatif yang kemudian menjadikan UMKM Sambal Bakar Pawon Benjor ini sebagai produk unggulan dari Desa Benjor. Selain itu, diharapkan dengan adanya UMKM Sambal Bakar Pawon Benjor potensi lain yang ada di Desa Benjor dapat lebih tergali dan dikembangkan.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Produk Sambal Bakar, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Desa Benjor

Abstract

The Benjor village community who are members of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have become a community of innovators who are able to see opportunities, enthusiasm, and ability to enrich the market with their innovative products. Community Service activities aim to find out the potential of the village in terms of developing Sambal Bakar Pawon Benjor Products to increase community income, especially women in Benjor Village. The mentoring carried out in the Benjor Village community consists of the design stage by making label designs on product packaging, Business License Numbers (NIB), and creating Instagram accounts as a promotional medium. Then socialization was conducted on how to properly store food as well as how to sterilize the packaging. After that, a demonstration of making Sambal Bakar Pawon Benjor was performed by the mothers of Benjor Village. The result of this MSME mentoring is that women in Benjor Village are familiar with how to cook Sambal Bakar as well as how to cannage and sterilize food that is maintained and lasts a long time, as well as building awareness about innovation in the field of creative economy which then makes Sambal Bakar Pawon Benjor MSMEs a flagship product of Benjor Village. Furthermore, it is expected that with the existence of UMKM Sambal Bakar Pawon Benjor, other potentials in Benjor Village can be further explored and developed.

Keywords: Creative Economy, Sambal Bakar Products, UMKM, Benjor Village

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya yang dapat menunjang kebutuhan serta kelangsungan hidup rakyatnya. Dari berbagai sumber daya sebagai faktor

produksi konsep ekonomi kreatif aka terwujud. Hal ini dikarenakan ekonomi kreatif sebagai konsep perpaduan informasi dan kreativitas serta gagasan dan pengetahuan (Rohmah, 2017). Ekonomi kreatif tidak memiliki definisi tunggal, melainkan sebuah konsep perpaduan antara interaksi, kreatifitas, dan ide-ide dari segi pengetahuan dan teknologi (Sartika et al., 2022). Disamping itu, semakin berkembangnya peradaban manusia maka diiringi dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), oleh karena itu munculah ide kreatif serta inovatif dari segala aspek, tak terkecuali dalam hal ekonomi.

Istilah ekonomi kreatif sudah ada sejak masa pemerintahan presiden ke-6, yaitu Susilo Bambang Yudhoyono yang terus digalakkan hingga sekarang. Pada tahun 2015 presiden Joko Widodo meresmikan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) sebagai bentuk dukungan terhadap ekonomi kreatif, karena memang peran penting ekonomi kreatif dalam suatu negara dan daerah sangat besar, termasuk untuk meningkatkan ekonomi secara global (Sari et al., 2020).

Berdasarkan website resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terdapat 17 subsektor yang menjadi bagian dari ekonomi kreatif, salah satunya bidang kuliner. (Siaran Pers, n.d.) Kuliner sendiri merupakan bidang yang sangat luas cakupannya di Indonesia, karena dari setiap daerah memiliki kuliner khasnya masing-masing, salah satunya adalah sambal. Makanan yang berbahan baku cabai ini, memiliki berbagai macam jenis tergantung campuran bahan yang digunakan, dan kedepannya akan terus muncul inovasi-inovasi baru dari produk sambal.

Salah satu contoh produk UMKM Ekonomi Kreatif dari Desa Benjor, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang adalah sambal bakar sebagai produk ekonomi kreatif unggulan dari desa tersebut. Desa Benjor sangat berpeluang untuk dikembangkan menjadi desa kreatif, karena memiliki potensi budaya, sumber daya alam, dan sumber daya manusia yang memadai. Potensi budaya lainnya yang tidak kalah menarik adalah terdapat kuliner khas desa dengan bahan baku yang diperoleh dari desa setempat. Warga yang terampil mengolah olahan kuliner lokal juga tidak kalah banyak ditemukan di desa. Mengingat makanan juga merupakan produk dari sebuah budaya, maka kuliner khas desa Benjor adalah potensi budaya yang menjadi unsur penting untuk digunakan mencitrakan dan mengembangkan desa Benjor sebagai desa kreatif. Melalui potensi kuliner yang dimiliki Desa Benjor perlu dikembangkan lebih jauh gastronomi sebagai sebuah komoditas wilayah tersebut mengingat perkembangan tren wisata kuliner semakin meningkat. Sebagai daerah yang memiliki makanan dan minuman khas Desa Benjor memiliki potensi gastronomi yang dimanfaatkan oleh pengusul kegiatan dengan bantuan sumber daya di desa sebagai daerah dengan wisata kuliner "Dapur Benjor". Hal ini menjadi bagian promosi tujuan wisata daerah tersebut. Untuk menjadi destinasi wisata kuliner, "Dapur Benjor" berpeluang memanfaatkan bahan baku pertanian untuk dijadikan produk kuliner yang kreatif. Pemanfaatan produk lokal kuliner di Desa Benjor menjadi gaya hidup warga masyarakatnya.

Adapun permasalahan dalam bidang produksi di desa Benjor adalah perlu dilakukannya pendampingan dari tim pelaksana kegiatan pengabdian pada masyarakat kepada ibu-ibu tim penggerak PKK. Kegiatan ini berupa edukasi dan praktik untuk proses kreatif dalam menciptakan, membuat, dan menyantap makanan sebagai seni dan potensi budaya. Ibu-

ibu tim penggerak PKK berkreasi memasak dan menghidangkannya. Permasalahan dalam bidang pemasaran adalah belum adanya upaya untuk memanfaatkan media online dan menjalin kerjasama dengan forum dan komunitas. Kemungkinan terbesar permasalahan pemasaran ada pada promosi dan pemasaran online yang disebabkan karena keterbatasan SDM.

Didukung oleh industri-industri kreatif, sektor perekonomian dalam hal kuliner ini dapat bergerak maju dan berkembang, karena memiliki konsep yang lebih mengutamakan kreativitas, ide, dan pengetahuan dari sumber daya manusianya (Sartika et al., 2022). Hal ini berarti sejalan dengan definisi ekonomi kreatif menurut Sartika yaitu penggunaan ide dan pengetahuan berkonsep kreativitas dan manusia yang berperan sebagai faktor produksi utamanya.

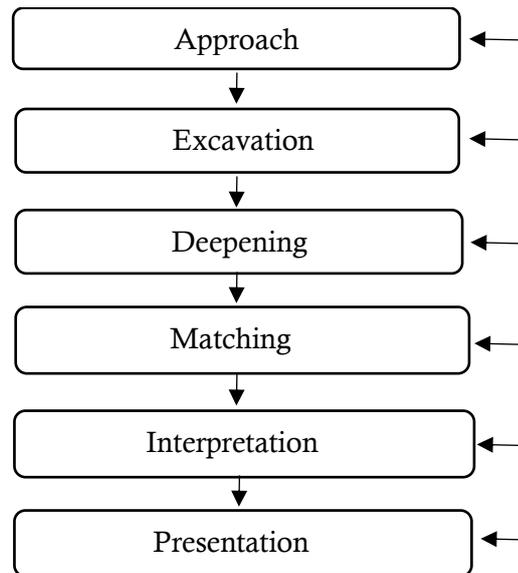
METODE PENELITIAN

Pemrakarsa pembuatan sambal bakar adalah tim penggerak PKK Desa Benjor. Komunitas perempuan tersebut memberdayakan potensi desa untuk mengembangkannya sebagai UMKM. Alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan sambal bakar adalah bahan baku pertanian yang segar dari desa tersebut. Tahapan pelaksanaan pembuatan sambal bakar adalah perancangan, pembuatan desain produk, pemasaran.

Pada tahapan perancangan dilakukan uji coba resep Sambal Bakar untuk menentukan daya tahan makanan pasca proses produksi. Setelah melewati proses uji coba, tim melakukan tahapan kedua yakni membuat desain untuk label produk, lalu membuat produk sesuai hasil dari uji coba. Tahapan terakhir yang dilakukan adalah menjual produk.

Pembuatan desain untuk label produk dirancang agar terlihat lebih menarik. Setelah desain label produk selesai, tim melakukan pendampingan kepada masyarakat Desa Benjor terkait cara memproduksi Sambal Bakar Pawon Benjor. Bentuk pendampingan adalah berupa edukasi, dan selanjutnya adalah memproduksi Sambal Bakar Pawon Benjor untuk dipasarkan pada acara target yaitu pameran. Tahapan-tahapan ini dilakukan untuk membantu warga desa Benjor mengetahui cara pembuatan yang baik dan benar sesuai standar agar kualitas produk yang dihasilkan terjaga. Pada tahap pemasaran produk mulai dipasarkan pada pameran Dies Natalis Universitas Negeri Malang serta mulai diperkenalkan ke pembeli secara online.

Data dianalisis menggunakan model tahapan simultan 6P (Winarno & Robfi'ah, 2020). Melalui tahapan simultan yang digambarkan berikut, strategi pada perencanaan kegiatan dapat lebih ditekankan.



Gambar 1. Model tahapan simultan 6P

Penggalian merupakan suatu tahapan yang dilakukan dalam memahami, menjelaskan, dan memberikan solusi terhadap suatu topik yang akan diangkat. Pendalaman merupakan suatu tahapan untuk lebih fokus dan mencari materi secara lebih rinci dan mendalam. Pencocokan merupakan suatu tahapan untuk menyesuaikan atau mencocokkan antara hasil penelitian dengan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya. Penafsiran merupakan suatu tahapan melalui kegiatan atau proses memberi arti serta signifikansi terhadap analisis penelitian yang dilakukan, menjelaskan pola deskriptif, dan mencari keterkaitan antara berbagai deskripsi yang tersedia. Presentasi merupakan suatu tahapan yang dilakukan melalui pemaparan sesudah atau sebelum kegiatan penelitian dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan ekonomi kreatif dapat dilihat pada seberapa besar faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pemberdayaan perempuan di Desa Benjor menjadi cikal bakal terbentuknya produk UMKM sambal bakar yang dilakukan oleh Universitas Negeri Malang kepada Desa Benjor sebagai bentuk dukungan dan kerjasama karena sudah menjadi desa mitra. Seperti yang terdapat dalam pasal 33 Undang Undang Dasar 1945 yang berbunyi “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan (RI, n.d.).”

Pada awalnya produk sambal bakar ini merupakan usaha rumahan yang dijalankan oleh ketua tim penggerak PKK Desa Benjor. Desa Benjor merupakan desa mitra Universitas Negeri Malang dalam program pengembangan desa mitra, sehingga bentuk pendampingan dari mitra diperlukan untuk mengembangkan usaha sambal bakarnya. Dengan adanya pendampingan tersebut, hasil yang didapat dari generasi ke generasi adalah pengetahuan, pengalaman, dan praktik-praktik bekerja dengan produk sambal bakar sehingga menjadi modal sosial-budaya dan ekonomi, yang menopang dan memperluas eksistensi produk UMKM ini (Aini & Winarno, 2022).

Produk UMKM dari Desa Benjor merupakan sambal bakar yang dimasak secara tradisional menggunakan gerabah sehingga cita rasa yang dihasilkan lebih otentik. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan Sambal Bakar pun merupakan bahan berkualitas sehingga produk Sambal Bakar tersebut dapat bertahan lama yakni selama satu bulan.

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pendampingan UMKM Sambal Bakar Pawon Benjor ini diawali dengan melakukan edukasi dari ahli pengawetan makanan kepada para warga Desa Benjor. Tujuan edukasi adalah memberi informasi akurat mengenai cara pengalengan makanan beserta cara sterilisasi kemasan yang baik dan benar agar kualitas produk tetap terjaga.



Gambar 2. Pemateri menjelaskan tentang pengalengan makanan

Setelah edukasi tersebut warga Desa Benjor yang didampingi oleh tim pelaksana memberikan demonstrasi mengenai cara memasak dan melakukan pengemasan yang baik agar kedepannya masyarakat mampu mengelola usaha tersebut dengan nilai jual yang tinggi serta dapat dikenal oleh khalayak, baik dari skala regional sampai nasional agar sesuai dengan salah satu tujuan dari ekonomi kreatif yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 (Pusat, 2019).



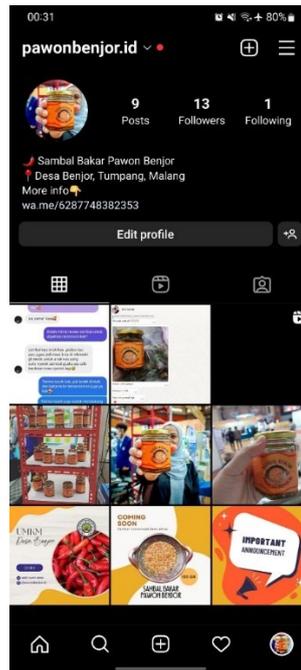
Gambar 3 dan 4. Tim pendamping memberikan pengarahan sebelum melakukan demonstrasi memasak sambal bakar.

Upaya lain untuk mendukung kegiatan pendampingan ini, tim juga membuat label pada kemasan Sambal Bakar Pawon Benjor. Selain itu tim pelaksana juga mendampingi mendaftarkan UMKM mendapatkan Nomor Izin Berusaha (NIB).



Gambar 5. Nomor Izin Berusaha (NIB) UMKM Sambal Bakar Pawon Benjor

Akun Instagram sebagai media promosi dirancang untuk menarik perhatian konsumen. Promosi yang demikian adalah hal yang harus dilakukan pihak-pihak pemilik usaha. Di dalam bentuk promosi yang terdapat di akun media sosial Sambal Bakar Khas Pawon Benjor adalah pesan-pesan persuasif yang efektif. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen. Akun media sosial yang dapat diakses masyarakat luas untuk produk sambal bakar adalah akun Instagram yang bernama @pawonbenjor.id. Menurut (Puspitarini & Nuraeni, 2019) akun media sosial Instagram tidak hanya berisi tentang hiburan semata, melainkan memiliki potensi dalam mengupayakan kegiatan masyarakat berupa usaha bisnis.



Gambar 6. Tangkapan layar akun Instagram UMKM Sambal Bakar Pawon Benjor

Produk UMKM Sambal Bakar Pawon Benjor juga diikutsertakan dalam pameran Dies Natalis Universitas Negeri Malang ke-68, sehingga produk UMKM ini sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan respon positif dari para pelanggan. Ekonomi kreatif perlu dikembangkan disini. Ekonomi kreatif tidak hanya menciptakan nilai tambah secara ekonomi namun juga nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan (Nandini, 2016)



Gambar 7. Produk Sambal Bakar yang dijual pada event Dies Natalis Universitas Negeri Malang ke-68

SIMPULAN DAN SARAN

Sebuah ide dan gagasan yang berbentuk ekonomi kreatif akan semakin berkembang jika warganya mau bekerjasama. Salah satu contohnya adalah Sambal Bakar Pawon Benjor yang menjadi produk inovasi unggulan dari Desa Benjor. Kegiatan pendampingan ini juga memberikan wawasan baru kepada para warga Desa Benjor tentang bagaimana cara pengalengan makanan agar makanan yang diproduksi dapat bertahan lama dan masih dalam kondisi yang baik. Dampak dari kegiatan ini kepada pelaku ekonomi kreatif adalah perlunya pengembangan secara umum agar dapat memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian suatu wilayah. Kegiatan pendampingan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan diharapkan dapat membantu UMKM Sambal Bakar Pawon Benjor ke jenjang nasional, serta diharapkan masyarakat Desa Benjor semakin termotivasi dalam menemukan dan menginovasikan potensi-potensi desa sehingga nantinya dapat menjadi produk unggulan yang dapat menggerakkan Desa Benjor ke bidang Ekonomi Kreatif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, D. N., & Winarno, A. (2022). Cultural Heritage Folk Crafts Management: Contribution to the Welfare and Stability of Local Wisdom. *Technium Social Sciences Journal*, 31, 685–692. <https://doi.org/10.47577/tssj.v31i1.6475>
- Nandini, R. M. (2016). Dampak Usaha Ekonomi Kreatif Terhadap Masyarakat Desa Blawe Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 4(1), 1–11.
- Pusat, P. (2019). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif*. https://jdih.kememparekraf.go.id/asset/data_puu/regulation_subject_1573099507_24_tahun_2019.pdf
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- RI, S. D. (n.d.). *Program Legislasi Nasional—Dewan Perwakilan Rakyat*. Retrieved December 14, 2022, from <https://www.dpr.go.id/prolegnas/deskripsi-konsepsi3/id/155>
- Rohmah, U. (2017). *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Industri Anyaman Bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu)*. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/1340>
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., Marit, E. L., Killa, M. F., Purba, B., Lifchatullaillah, E., Ferinia, R., & Sudarmanto, E. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

Sartika, S. H., Mashud, M., Hasan, M., Syam, A., Susilowati, E., Purba, B., SN, A., Jufri, M., Faried, A. I., Rosihana, R. E., & Amruddin, R. (2022). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

Siaran Pers: Menparekraf Dorong 17 Subsektor Ekonomi Kreatif Masuk di E-katalog LKPP. (n.d.). Kemenparekraf/Baparekraf RI. Retrieved December 14, 2022, from <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-dorong-17-subsektor-ekonomi-kreatif-masuk-di-e-katalog-lkpp>

Winarno, A., & Robfi'ah, S. (2020). Why Do Vocational High School Girls Drop Out? Unraveling the Correlation between Business Development in Rural Areas and Adolescents' School Interest in the Blitar Regency, East Java. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i10.7398>