

**PENDAMPINGAN USAHA LEMANG (TIMBU) KHAS DESA BOLO UNTUK
MENINGKATKAN NILAI JUAL**

***BOLO VILLAGE SPECIAL LEMANG (TIMBU) BUSINESS ASSISTANCE TO INCREASE
SELLING VALUES***

M. Rimawan^{1*}, Nur Khusnul Hamidah², Hanifah Muthiah³ Ardiansyah⁴

^{1,2,3} Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

*Email: rimawan111@gmail.com ^{*1} nurkhusnulhamidah@gmail.com ²
hanifahmuthiah93@gmail.com ³ ardiansyah.stiebima19@gmail.com ⁴

Article History:

Received: 25 september 2022

Revised: 15 Oktober 2022

Accepted: 25 November 2022

Keywords:

Selling point, Lemang

Abstract: *The number of lemang entrepreneurs typical food of Bolo Village is decreasing even from lemang entrepreneurs who are still in production, their sales volume is decreasing. The main factors that cause this condition are low business management skills, no touch of technology, unattractive product displays, dirty and dusty, unhygienic, no labels and packaging so that it has an impact on reducing people's buying interest. Another problem faced by partners is that the production of lemang does not last long, as well as the low ability of partners to make jam as a complementary product from lemang. The activity methods used in community service activities include assistance in the form of changing mindsets regarding business management, training, and practice, as well as tool design as well as design/brand and packaging development. At each stage of the activity an evaluation is carried out both process evaluation and outcome evaluation so that the output of the activity can be measured. The results of this activity: 1) there is a change in mindset regarding business management; 2) the innovation of Lemang products; and 3) the existence of a label/brand design and product packaging*

Abstrak

Jumlah pengusaha lemang makanan khas Desa Bolo semakin berkurang bahkan dari pengusaha lemang yang masih memproduksi, volume penjualannya semakin menurun. Faktor utama yang menjadi penyebab kondisi tersebut adalah rendahnya kemampuan manajemen usaha, tidak adanya sentuhan teknologi, pemajangan produk yang tidak menarik, kumuh, dan berdebu, kurang higienis, tidak ada label dan kemasan sehingga berdampak menurunnya minat beli masyarakat. Masalah lain yang dihadapi mitra adalah lemang hasil produksi yang tidak tahan lama, juga rendahnya kemampuan mitra dalam membuat selai sebagai produk pelengkap dari lemang. Metode kegiatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian meliputi pendampingan dalam bentuk perubahan mindset tentang manajemen usaha, pelatihan, dan praktik, serta rancang bangun alat juga pengembangan desain/merek dan kemasan. Pada setiap tahapan kegiatan dilakukan evaluasi baik

evaluasi proses maupun evaluasi hasil sehingga luaran kegiatan dapat terukur. Hasil dari kegiatan ini: 1) adanya perubahan mindset tentang manajemen usaha; 2) adanya inovasi produk Lemang; dan 3) adanya desain label/merek dan kemasan produk.

Kata Kunci: Nilai Jual, Lemang

PENDAHULUAN

Desa Bolo dikenal sebagai wilayah yang mengandalkan Industri, pertanian dan perdagangan. Sebagai penyumbang kegiatan ekonomi terbesar, sektor industri tidak bisa menyampingkan keberadaan industri-industri kecil dan rumahan. Salah satu industri kecil yang terkenal di Desa Bolo adalah industri kecil yang menghasilkan lemang atau di Bima lebih dikenal dengan kata Timbu. Timbu (Lemang) merupakan makanan dari beras ketan yang dimasak dalam seruas bambu, setelah sebelumnya digulung dengan selembar daun pisang (Pramudia, 2020). Lemang merupakan makanan tradisional yang populer di Indonesia. Pada awalnya lemang termasuk makanan khas yang biasa dihidangkan saat hari raya dan berbagai perayaan lainnya serta dan diperdagangkan. Akan tetapi, saat ini lemang (timbu) telah dipasarkan secara luas. Menurut Nur et. al. (2018) lemang mampu meningkatkan nilai tambah dari berbagai bahan baku yang merupakan bahan pertanian dan mampu meningkatkan pendapatan produsen pengolah lemang.

Jumlah industri kecil atau industri rumah tangga penghasil makanan khas desa Bolo ini mencapai 20 unit usaha, (infografis, desa Bolo) 2022 Namun, perkembangan ekonomi desa Bolo yang dipacu oleh letak strategis desa Bolo pada jalur lintas sumbawa maka banyak bermunculan usaha agroindustri lainnya. Akibatnya, muncullah produk-produk baru yang menjadi pesaing bagi produsen lemang. Persaingan produk di pasaran yang tinggi, membuat pemasaran lemang kian melemah. Selain itu, faktor internal dalam pengelolaan usaha juga menjadi permasalahan.

Masyarakat harus mampu melihat adanya berbagai potensi hasil alam yang ada di Desa agar kiranya warga masyarakat dapat mengolah atau memanfaatkan hasil alamnya dengan baik (Sari, H., dkk., 2021). Selain sebagai makanan pelengkap lemang tidak hanya rasa tetapi variannya dapat diganti dengan lemang rasa pandan dan lemang suir ayam dan isi rempele ati, mengingat bahan bakunya banyak terdapat di daerah Desa Bolo dan harganya sangat murah. Namun, mitra tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memproduksinya dengan inovasi, Masyarakat harus mampu melihat adanya berbagai potensi hasil alam yang ada di Desa agar kiranya warga masyarakat dapat mengolah atau memanfaatkan hasil alamnya dengan baik. Serta pengolahannya masih menggunakan cara tradisioanl dan masyarakat kurang sadar terkait inovasi produ dan kemasan, sehingga ini menjadi permasalahan utam pada pengusaha Lemang (timbu) di Desa Bolo.

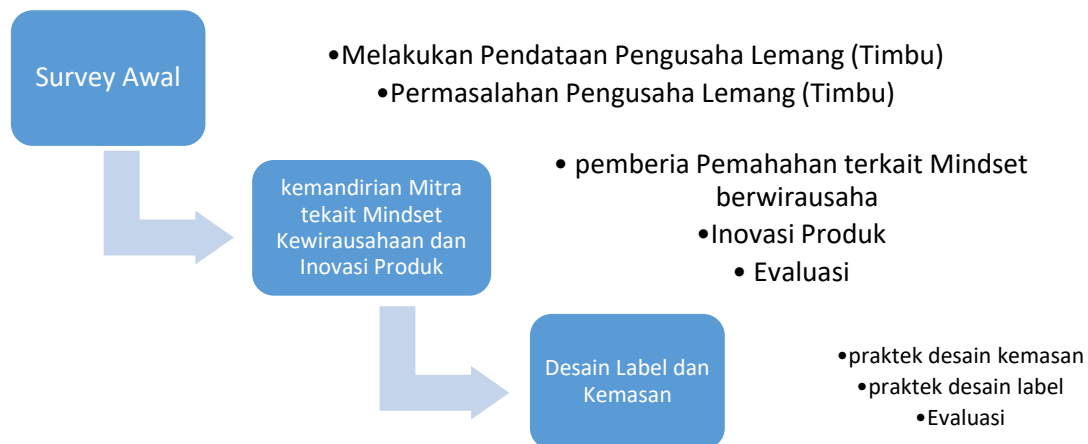
METODE

Pemasaran lemang (Timbu) dilakukan secara tradisional dan sangat sederhana. Belum ada sentuhan teknologi. Lemang dipajang di atas barak (tempat untuk memajang barang dagangan) yang terbuka tanpa penutup sehingga mudah kena debu. Apalagi di jalan lintas sumbawa yang penuh debu karena padatmya arus lalu lintas. Pemajangan lemang menggunakan barak tanpa penutup ditambah banyaknya debu berakibat penjualan lemang terkesan kurang menarik, dan tidak higienis. Hal ini menyebabkan turunnya jumlah penjualan lemang sehingga tidak sedikit penjual lemang yang gulung tikar. Beberapa faktor yang juga menjadi penghambat berkembangnya usaha Mitra yaitu label produk dan desain kemasan. Label tidak didesain dengan baik. Selain itu, kemasan lemang hanya menggunakan kotak kue biasa tanpa label bahkan lebih sering dibungkus dengan

kertas koran. Padahal secara teori pemasaran, label dan kemasan pada pembungkus dapat digunakan sebagai alat promosi (Saputra, 2019). Selain itu, kurang kesadaran masyarakat dalam hal Inovasi ini mengakibatkan Lemang(Timbu) yang ada didesa Bolo hanyaitu-itu saja, sehingga tidak ada Hal baru yang ditawarkan ke pelanggan.

Berdasarkan beberapa permasalahan di atas, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui program kemitraan masyarakat sebagai upaya untuk mendampingi mitra dalam hal ini pengusaha lemang dalam memperbaiki manajemen usaha. Secara operasional, aspek yang menjadi fokus kegiatan pengabdian ini adalah pendampingan dalam menyiapkan alat pemajangan produk (gerobak etalase), pendampingan dalam pengembangan label dan kemasan, pendampingan untuk penguatan produksi untuk melakukan inovasi produk. Luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini antara lain: 1) adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam inovasi produk; 2) peningkatan kemampuan mitra dalam pengembangan label dan desain kemasan.

Contoh Diagram:



Gambar 1. Contoh Diagram

Gambar 1. Alur Kegiatan

HASIL

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dipaparkan sesuai dengan tahapan kegiatan yang sudah dirancang. Rancangan kegiatan tersebut memperhatikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, solusi yang ditawarkan, dan efektifitas kegiatan yang dirancang.

a. Penguatan Manajemen Usaha

Kegiatan penguatan manajemen usaha diawali dengan social mapping untuk mengetahui profil mitra terutama untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi mitra dan pemahaman mitra tentang aktivitas ekonomi produksi yang dilakukan sebagai pengusaha lemang. Dalam pelaksanaannya, kegiatan dilakukan melalui pendampingan dengan metode ceramah, diskusi atau tanya jawab, dan pemberian materi tentang membangun mindset wirausaha, manajemen usaha kecil, dan sosialisasi perizinan usaha dan standarisasi produk. Bentuk kegiatan penguatan manajemen usaha meliputi beberapa kegiatann berikut:

1. Pelatihan untuk membangun mindset wirausaha

Membangun mindset wirausaha bagi mitra perlu dilakukan karena orientasi kewirausahaan mitra selama ini belum menunjukkan ciri dan perilaku berwirausaha dalam menjalankan usaha produksi

lemang. Hal ini kelihatan dalam bentuk pengelolaan usaha yang belum dilakukan dengan sungguh-sungguh dan masih dilakukan seadanya. Menggeluti usaha tidak boleh sekadarnya tetapi harus dengan keberanian, kegigihan agar usaha yang dikelola bisa tumbuh berkembang. Terlebih bagi mitra yang menjadikan usaha produksi lemang sebagai mata pencaharian utama. Keberhasilan dalam bisnis lemang tentu akan sangat berpengaruh terhadap kelayakan kehidupan sehari-hari. Kegiatan ini sangat diperlukan bagi mitra terutama untuk membuka wawasan, pola pikir, dan perilaku berwirausaha. Dengan memiliki, mindset berwirausaha diharapkan mitra akan terbiasa dengan ketidakpastian sehingga terbangun kesungguhan dan kegigihan dalam berusaha dan bisa menjadi mandiri dalam berbisnis. Kemandirian mitra akan sangat mempengaruhi pertumbuhan bisnis yang dibangun dan dikembangkan. Untuk bisa tumbuh diperlukan adanya kepercayaan, kemauan, kemampuan, kegigihan, dan kesungguhan dalam mempertahankan beberapa sifat tersebut sebagai sifat yang mencirikan pribadi seorang wirausaha. Hal ini sesuai dengan pendapat Rufaidah dan Kodri (2020: 29) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri, kemauan, dan kemampuan seorang wirausaha akan tercermin dalam kesungguhan untuk melakukan inovasi dan kreativitas dalam menjalankan usaha.

2. Pelatihan manajemen usaha kecil

Pelatihan manajemen usaha kecil terutama untuk membantu mitra dalam merencanakan usaha, mengelola sumber daya manusia, mengelola keuangan, mengembangkan pemasaran, dan merencanakan pengembangan usaha terutama dalam menentukan strategi bertahan di tengah persaingan UMKM yang semakin tinggi. Mengacu pada pendapat Saptono et.al (2017) materi yang disajikan dengan menggunakan pendekatan SWOT analisis. Melakukan penataan pada aspek sumber daya manusia, aspek keuangan dan aspek pemasaran agar menjadi kekuatan bisnis bagi mitra. Kemudian, dilanjutkan dengan mengidentifikasi peluang bisnis.

3. Pelatihan Inovasi Produk

Pemberian Pemahaman Pentingnya melakukan inovasi produk sehingga lebih menarik dan bisa bersaing dengan produk lain serta bisa tembus di pasar modern. Adapun inovasi yang dilakukan adalah perubahan terhadap, rasa. Misal dalam hal rasa kami membuat rasa original, pandan dan isi suir ayam, isi suir hati ampela sehingga menambah nilai jual dan pelanggan tidak Bosan.

b. Pendampingan pembuatan label dan Kemasan

Kegiatan ini diawali dengan penyampaian persepsi dengan mitra khususnya menyangkut pentingnya label dan kemasan dalam memasarkan produk. Meskipun sudah ada label, selama ini mitra tidak mempunyai kemasan khusus yang digunakan untuk memasarkan produknya. Adapun proses kegiatan yang dilakukan meliputi: 1) pemberian materi dengan materi pokok cara mendesain kemasan agar terlihat menarik dan penggunaan media sosial dalam memasarkan produk lemang dan selai; 2) praktik mengemas produk dan pemberian label/merek dan proses pengemasan lemang dengan kotak kemasan. Seluruh kegiatan dilakukan agar mitra mampu mengemas produk dengan menarik, memperhatikan tingkat higienis, dan strategi dalam memasarkan produk lemang dan selai. Dengan adanya label atau merk maka karakteristik produk semakin jelas sehingga konsumen atau masyarakat akan lebih mudah untuk mengingat dan mencarinya. Sesuai dengan pendapat Irrubai (2015) dan Siregar (2015) bahwa label atau merk akan membantu konsumen untuk lebih mudah mengenali suatu produk serta kemasan juga sangat bermanfaat terutama untuk melindungi produk. Selain itu, kemasan juga dapat digunakan sebagai media untuk promosi produk sesuai dengan pendapat Apriyanti (2018) baik label maupun kemasan harus dibuat menarik agar dapat menjadi media untuk memasarkan produk (Widiati, 2019). Luaran dari kegiatan ini adalah mitra

memiliki desain kemasan produk



KESIMPULAN

Beberapa simpulan dari pelaksanaan kegiatan PKM ini, antara lain:

1. Hasil kegiatan pendampingan mitra dalam pengembangan label dan kemasan adalah adanya desain label/merek dan kemasan produk.
2. Hasil kegiatan pendampingan mitra untuk penguatan inovasi produk lemag (Timbu) agar meningkatkan minat beli pelanggan

3. Secara umum kegiatan PKM ini juga berhasil mengubah mindset dari mitra tentang manajemen usaha ditunjukkan dengan pengetahuan dan pemahaman mitra dalam menjalankan usahanya

Saran yang dapat disampaikan, antara lain:

1. Mitra perlu melakukan koordinasi dengan Dinas kesehatan Kota Tebing Tinggi agar difasilitasi dalam pengujian daya tahan lemang hasil produksinya sehingga daya tahan lemang dapat diuji lebih lanjut melalui laboratorium atau melalui Balai BPOM.
2. Tetap menjaga kualitas produk agar dapat bertahan dalam bersaing dengan produk produk khas lainnya.
3. Berusaha mengembangkan jaringan pemasaran secara online agar produk lemang yang dihasilkan mampu menembus pasar secara luas.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada pihak-pihak yang terlibat:

1. Ketua Lembaga STIE BIMA
2. Kepada Kepala Desa Bolo dan Jajarannya yang sudah sangat membantu kegiatan ini sehingga terlaksana dengan baik dan telah memberikan sarana dan prasarana untuk kegiatan ini.
3. Kepada Masyarakat Desa Bolo yang sudah mau mengikuti kegiatan ini
4. Dinas Kesehatan Kab Bima dan BPPOM
5. Kepada mahasiswa KKN-T- STIE BIMA

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, Yuli., et.al. (2019). Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal untuk Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Graha Pengabdian* 1 (2): 139-150.
- Apriyanti, Endang, Masayu (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio E-Kons* 10 (1): 20-27.
- Aisyah, Siri. (2017). Tradisi Kuliner Masyarakat Minangkabau: Aneka Makanan Khas Dalam Upacara Adat dan Keagamaan Masyarakat Padang Pariaman. *Majalah Ilmiah Tabuah: Ta'limat, Budaya, Agama dan Humaniora* 21(2) Edisi Juli-Desember.
- Bismala, Lila. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship* 5 (1): 1-15.
- Hermanu, Bambang, (2014). Studi Implementasi Izin Edar Produk Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) Dalam Mewujudkan Keamanan Pangan yang Optimal di Kota Semarang. *Hukum dan Dinamika Masyarakat* 11 (2): 17-28.
- Irrubai, Liwa, Mohammad. (2015). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing produk Hasil Industri Buah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society, Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, Edisi XIII April.
- Musaid, Astuti, Sri., Et.al. (2019). Pengurusan Izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) Produk Sagu Tumbu Pada Kelompok Usaha Sagu Tumbu di Desa Liang Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Jamak (Manajemen & Akuntansi)* 2 (1): 52-64.

- Nur, Febrianti., Et.al. (2018). Kontribusi Usaha Lemang terhadap Pendapatan Rumah Tangga Sebagai Strategi Bertahan Hidup Studi Kasus Warung Usaha Lemang di Jeneponto, Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 14 (3).
- Pramudia, Heru. (2020). Pembuatan Oven Gas skala Industri Rumah Tangga untuk Makanan Lemang Ketan Bambu. *Jurnal Pendidikan dan Keluarga* 12 (2): 13-20.
- Saptono, Ari. Dewi, Ponco, Rr & Suparno. (2017). Pelatihan Manajemen Usaha dan Pengelolaan Keuangan UMKM Bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Purna di Sukabumi Jawa Barat. *Jurnal Sarwahita* 13 (1).
- Saputra., Aji., Et.al. (2019). Pengemasan produk Sebagai Pengembangan Pemasaran Industri Kerupuk Impala. *Jurnal Graha Pengabdian* 1 (1): 71-77.
- Siregar, K, Rachmi. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Kesadaran Merek (Studi Kasus Private Label pada Fast Moving Consumer Goods Giant Ekstra Central Business District, Bintaro, Tangerang Selatan). *Journal Communication* 6 (1).
- Widiati, Ari. (2019). Peranan Kemasan (Pacjaging) dalam meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Termial Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura* 8 (2): 67-76.
- Rufaidah, Erlina & Kodri. (2020). Strategi Inovasi dan Kreativitas Berwirausaha Era Revolusi 4.0 (Kajian Empiris & Kajian Literatur). Bandung: Penerbit Alfabeta. Bapeda Kota Tebing Tinggi. (2017). Tebing Tinggi dalam Angka 2017.
- Putri, Eka, Elvina. (2020). Analisis Nilai Tambah Beras Ketan dan Strategi Pengembangan Lemang di Kota Tebing Tinggi. *Skripsi. Program Studi Agribisnis Fak. Pertanian USU*.
- Sari, H. dkk. (2021). Integritas Pendidikan Menuai Wirausaha Di Era Pandemi Desa Buntu Karya Kecamatan Luwu Kabupaten Ponrang Selatan Provinsi Sulawesi Selatan. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 4 (2): 34-40.
- Sihombing, Lihu, Ade. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Lemang di Kota Tebing Tinggi. *Skripsi. Program Studi Agribisnis Fak. Pertanian USU*.