

PENYULUHAN EKONOMI KREATIF PEMBUATAN TAPE PADA IBU-IBU DI RT 69 BUKIT LAMA PALEMBANG

Sugeng Mianto Pane¹, Rahmi Aminus², Inne Febrianti³

Universitas Palembang^{1,2,3}

E-mail: faneunpal@gmail.com

Abstract: *Berbagai bisnis dijalankan dengan mengutamakan konsep kreatif sehingga tidak saja memudahkan masyarakat, tapi juga mengintensifkan kreativitas. Seiring berjalannya waktu, perkembangan bidang ekonomi pada akhirnya sampai di taraf ekonomi kreatif. Di mana kreativitas menjadi hal yang utama dalam pengembangan ekonomi, apa lagi, jika mengingat keadaan saat ini di mana kita masih hidup melawan pandemi, tentunya kreativitas dan inovasi-inovasi baru harus terus bertambah mengingat kita semua harus menyesuaikan hidup dengan keadaan. Pengabdian kepada masyarakat oleh Tim Fakultas Ekonomi Universitas Palembang dilaksanakan pada tanggal 24 Februari 2024 yang lalu di RT 69 Kelurahan Ilir Barat I Palembang. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan usaha kecil tersebut serta meningkatkan kapasitas dan kesadaran masyarakat terkait.*

Keywords: Bisnis, Kreatif

PENDAHULUAN

Tape singkong memiliki rasa yang manis sedikit asam dan aroma alkohol yang disebabkan oleh proses fermentasi. Rasa dan aroma yang khas tersebut, tape banyak digemari oleh masyarakat. Tape sebagai produk makanan cepat rusak karena adanya fermentasi lanjut setelah kondisi optimum fermentasi tercapai, sehingga harus segera dikonsumsi. Tape memiliki kadar air yang cukup tinggi sehingga mudah mengalami kerusakan, Tape sendiri mempunyai keunggulan yaitu meningkatkan kandungan vitamin B1 (tiamina) hingga tiga kali lipat. Vitamin ini diperlukan oleh sistem saraf, sel otot, dan sistem pencernaan agar dapat berfungsi dengan baik. Ini dikarenakan memiliki berbagai macam bakteri baik yang aman untuk dikonsumsi tubuh sehingga tape digolongkan kedalam sumber probiotik bagi tubuh.

Usaha pembuatan Tape bila dikembangkan dapat menambah keuangan keluarga pengolahan pangan. Tape dengan mengutamakan pada kualitas suatu produk tape yang dihasilkan dengan tujuan produk mampu menguasai pasar tradisional maupun pasar domestik. Bahan yang biasa digunakan untuk membuat tape adalah bahan yang mengandung karbohidrat. Bahan makanan sumber karbohidrat berasal dari makanan pokok seperti biji-bijian beras, jagung, sorgum, umbi-umbian kentang, singkong, ubi jalar, dan kacang-kacangan.

Umbi-umbian merupakan sumber karbohidrat yang mempunyai potensi untuk

dikembangkan sebagai bahan pangan pengganti beras atau bahan baku industri pangan maupun industri non pangan. Tanaman umbi-umbian umumnya ditanam di lahan yang kering sebagai tanaman sela. Tanaman umbi-umbian akan tumbuh pada saat musim hujan, seperti halnya pada tanaman uwi. Tape singkong dibuat dengan cara fermentasi biasanya menggunakan singkong sebagai substrat dan ragi tape (*Saccharomyces cerevisiae*). Cara pembuatan tape singkong dapat dilakukan dengan mengupas singkong dan mengikis kulit arinya hingga kesat. Kemudian singkong dipotong-potong sesuai dengan ukuran yang diinginkan.

Permasalahan

Setelah melakukan survei lapangan di awal kegiatan ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu warga RT 69 Bukit Lama Palembang diantaranya adalah:

- Belum memahami apa itu ekonomi kreatif?
- Bagaimana cara membuat Tape dengan bahan baku yang berkualitas?
- Bagaimana memasarkan produk tape dengan menggunakan digital marketing?

Tujuan Kegiatan

- Memberikan pemasahaman tentang pengertian dari ekonomi kreatif
- Memberikan pengetahuan cara membuat Tape dengan bahan baku yang berkualitas
- Memberikan pengetahuan penggunaan digital marketing dalam menjual produk Tape

Manfaat Kegiatan

- Masyarakat dapat lebih mengetahui atau memahami apa itu ekonomi kreatif
- Masyarakat dapat mengetahui proses pembuatan Tape dengan bahan baku yang berkualitas
- Masyarakat dapat mengetahui bagaimana cara memasarkan produk Tape menggunakan digital marketing.

METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di RT 69 Kelurahan Bukit Lama Kecamatan Ilir Barat I Palembang ini ada beberapa metode yang digunakan di antaranya adalah:

1. Metode Observasi (Pengamatan)

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut Sugiyono (2019) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya. Menurut Yusuf (2013) kunci keberhasilan dari observasi sebagai teknik dalam pengumpulan data sangat banyak ditentukan oleh peneliti itu sendiri, karena peneliti melihat dan mendengarkan objek penelitian dan kemudian peneliti menyimpulkan dari apa yang diamati. Peneliti yang memberi makna tentang apa yang diamatinya dalam realitas dan dalam konteks yang alami, ialah yang bertanya dan juga yang melihat bagaimana hubungan antara satu aspek dengan aspek yang lain pada objek yang ditelitinya.

2. Metode Interview atau wawancara

Interview merupakan metode penyelidikan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan diberikan secara tertulis, maka pada interview pertanyaan-pertanyaan diberikan secara lisan. Interview atau wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari Responden yang terkait. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (face to face) antara pewawancara dengan narasumber, di mana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Wawancara yang dipilih oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur (semistructure interview). Menurut Sugiyono (2019) jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori in-depth interview, dimana wawancara semi terstruktur dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas dibandingkan wawancara terstruktur namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana responden yaitu para ibu-ibu warga RT 69 Kelurahan Bukit Lama Kecamatan Ilir Barat I Palembang.

3. Metode Penyuluhan

Penyuluhan adalah proses perubahan perilaku di kalangan masyarakat agar mereka tahu, mau dan mampu melakukan perubahan demi tercapainya peningkatan produksi, pendapatan atau keuntungan dan perbaikan kesejahteraannya (Subejo, 2010). Di dalam laporan ini penulis melakukan penyuluhan langsung terhadap masyarakat di RT 69 Kelurahan Bukit Lama agar masyarakat mampu dan mau untuk meningkatkan produksinya.

4. Metode Dokumentasi

Menurut Arikunto metode dokumentasi adalah mencari dan mengenai hal-hal atau variabel yang berubah catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda dan sebagainya. Untuk menghemat dan menghindari hilangnya data yang terkumpul, maka perlu dilakukan pencatatan secara lengkap dan secepat mungkin dalam setiap pengumpulan data di lapangan. Dengan mendapat data ini, penulis mendapat gambaran yang jelas tentang keadaan di lapangan. Dalam permasalahan ini, penulis memahami sebagai masalah yang kiranya dapat diterapkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, disamping itu merupakan keikutsertaan masyarakat dapat memanfaatkan secara langsung terhadap perkembangan pembangunan.

HASIL

Pelaksanaan penyuluhan ekonomi kreatif dilaksanakan pada satu hari bertempat di rumah pak RT 69 kelurahan Bukit Lama pada hari sabtu tanggal 24 Februari 2024 yang di hadiri ibu-ibu warga RT 69 kelurahan Bukit Lama sebanyak 16 orang. Acara dimulai dengan pembukaan dan sambutan dari pak RT, lanjut dengan sambutan ketua tim pengabdian kepada masyarakat dari Fakultas Ekonomi Universitas Palembang. Kemudian penyampaian materi tentang ekonomi kreatif pembuatan Tape.

Berbagai bisnis dijalankan dengan mengutamakan konsep kreatif sehingga tidak saja memudahkan masyarakat, tapi juga mengintensifkan kreativitas. Seiring berjalannya waktu, perkembangan bidang ekonomi pada akhirnya sampai di taraf ekonomi kreatif. Di mana kreativitas menjadi hal yang utama dalam pengembangan ekonomi, apa lagi, jika mengingat keadaan saat ini di mana kita masih hidup melawan pandemi, tentunya kreativitas dan inovasi-inovasi baru harus terus bertambah mengingat kita semua harus menyesuaikan hidup dengan

keadaan. Ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang termasuk kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa di dalamnya yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif serta kemampuan intelektual dalam membangunnya.

Ekonomi kreatif merupakan gabungan dua kata yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Ekonomi itu sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan, sementara kreatif merupakan kemampuan dalam memiliki daya cipta serta kemampuan untuk menciptakan. Dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses perekonomian yang mengutamakan nilai kreativitas. Ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang termasuk kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa di dalamnya yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif serta kemampuan intelektual dalam membangunnya.

Ekonomi kreatif merupakan gabungan dua kata yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Ekonomi itu sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan, sementara kreatif merupakan kemampuan dalam memiliki daya cipta serta kemampuan untuk menciptakan. Dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses perekonomian yang mengutamakan nilai kreativitas. Menurut Insitute For Development Economy and Finance, ekonomi kreatif diartikan sebagai suatu proses peningkatan nilai tambah hasil dari eksplorasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu menjadi suatu produk dapat dijual. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia, ekonomi kreatif merupakan sebuah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Manfaat Ekonomi Kreatif

1) Membuka lapangan pekerjaan baru

Hadirnya ekonomi kreatif tidak hanya berpengaruh terhadap perkembangan inovasi dan segi kreativitas masyarakat saja, namun juga menjadi pembuka jalan untuk lapangan pekerjaan baru. Semakin banyaknya inovasi dan kreativitas dari orang-orang yang membuka bisnis, maka akan semakin banyak juga produk-produk baru yang akan dihasilkan, dengan begitu maka semakin banyak juga tenaga kerja yang diperlukan dalam proses pembuatannya.

2) Mendorong masyarakat jadi lebih kreatif

Kreativitas seseorang akan semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Dengan adanya perkembangan tersebut, maka seseorang juga akan merasa dituntut menjadi lebih kreatif sehingga memiliki ide-ide baru yang unik dan belum ada sebelumnya. Dorongan tersebut nantinya akan membentuk masyarakat menjadi pribadi yang lebih kreatif.

3) Meningkatkan inovasi di berbagai bidang

Dengan munculnya ide-ide yang baru dan tidak terbatas, masyarakat juga akan semakin mudah dalam memenuhi kebutuhannya dengan terus meningkatkan inovasi di berbagai bidang. Peningkatan inovasi di berbagai bidang industri juga secara tidak langsung akan meningkatkan pemerataan ekonomi di berbagai bidang.

4) Menciptakan kompetisi bisnis yang sehat

Terciptanya kompetisi bisnis yang sehat merupakan salah satu manfaat dari hadirnya ekonomi kreatif. Dampak positif ini hadir karena dengan munculnya inovasi-inovasi yang beragam tersebut, manusia akan saling tolong-menolong serta membagikan kiat-kiatnya dalam melaksanakan ide tersebut, hal inilah yang dinamakan bisnis yang sehat.

5) Mengurangi angka pengangguran

Bidang ekonomi kreatif dapat mengurangi angka pengangguran karena seiring berjalannya waktu, sektor-sektor industri ekonomi kreatif juga akan terus berkembang dan akan semakin banyak membutuhkan sumber daya manusia, hal itu yang nantinya dapat mengurangi angka pengangguran.

Pembuatan Tape

Proses pembuatan tape melibatkan langkah-langkah seperti membersihkan singkong atau ketan, merendamnya dalam air, menambahkan ragi tape, dan membiarkan campuran tersebut difermentasi selama beberapa hari hingga terbentuk tape yang memiliki rasa khas dan aroma yang enak. Adapun bahan baku pembuatan tape sebagai berikut :

1. Singkong atau Ketan:

Pilih singkong atau ketan yang segar dan baik kualitasnya. Singkong umumnya digunakan untuk membuat tape singkong, sementara tape ketan dibuat dari ketan atau ketan hitam.

2. Air:

Air digunakan untuk merendam singkong atau ketan sebelum proses fermentasi.

3. Ragi Tape:

Ragi tape adalah ragi khusus yang digunakan untuk menginisiasi proses fermentasi.

Anda dapat membeli ragi tape di pasar tradisional atau toko bahan baku makanan

Memberikan Pemahaman bagaimana cara pemasaran dan branding

Pemasaran dan branding yang efektif adalah kunci keberhasilan bagi para pelaku usaha kecil. Berikut adalah beberapa panduan untuk membantu mereka dalam upaya pemasaran dan branding:

I. Pemasaran:

- **Identifikasi Pasar Target:**

Pelajari dengan baik siapa target pasar Anda. Pahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen.

- **Buat Strategi Pemasaran Digital:**

Manfaatkan kekuatan media sosial, situs web, dan platform digital lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas.

- **Kolaborasi dengan Influencer Lokal:**

Kerja sama dengan influencer lokal dapat membantu meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk Anda.

- **Program Loyalty dan Diskon:**

Tawarkan program loyalitas atau diskon untuk pelanggan setia. Ini dapat mendorong pembelian ulang dan menciptakan hubungan yang lebih kuat.

- **Partisipasi dalam Event Lokal:**

Ikut serta dalam acara lokal atau pasar rakyat untuk meningkatkan eksposur dan membangun koneksi dengan komunitas setempat.

- **Testimoni Pelanggan:**

Gunakan testimoni pelanggan sebagai alat pemasaran. Ulasan positif dapat memberikan kepercayaan kepada calon konsumen

II. Branding

- **Buat Identitas Merek yang Kuat:**

Tentukan elemen-elemen penting seperti logo, warna, dan tagline yang mencerminkan nilai dan karakter bisnis Anda.

- **Konsistensi Branding:**
Pastikan konsistensi penggunaan elemen branding di semua saluran komunikasi, termasuk kemasan produk, situs web, dan media sosial.
- **Cerita Merek:**
Ceritakan kisah unik tentang bisnis Anda. Cerita yang kuat dapat membangun kedekatan emosional dengan konsumen.
- **Diferensiasi:**
Tinjau dan pahami apa yang membuat produk atau layanan Anda berbeda dari pesaing. Highlight keunikan ini dalam strategi branding.
- **Ketahui Nilai Merek Anda:**
Tentukan nilai-nilai yang ingin Anda sampaikan melalui merek Anda. Pastikan bahwa perilaku bisnis Anda selaras dengan nilai-nilai tersebut.
- **Feedback Pelanggan:**
Terima dan tanggapi umpan balik pelanggan dengan baik. Ini dapat membantu perbaikan dan juga menunjukkan bahwa Anda peduli terhadap kepuasan pelanggan.
- **Pelatihan Tim Penjualan:**
Pastikan bahwa tim penjualan Anda memahami visi dan nilai-nilai merek serta dapat menyampaikannya dengan baik kepada pelanggan.

Pembuatan tape untuk dikemas dalam brand

Dalam menciptakan merek tape, awali dengan riset pasar dan identifikasi target konsumen. Pilih nama merek yang kuat, desain kemasan menarik, dan buat cerita merek yang berkesan. Pastikan kualitas produk unggul dan tentukan strategi harga yang sesuai. Manfaatkan media sosial untuk membangun kehadiran online dan rencanakan program promosi. Terima umpan balik pelanggan dengan baik untuk terus meningkatkan produk dan layanan. Dengan konsistensi merek dan adaptasi terhadap perubahan pasar, Anda dapat menciptakan merek tape yang sukses. Adapun keuntungan dalam membuat brand yaitu

1. **Peningkatan Nilai Produk:**
Merek yang dikenal dapat meningkatkan nilai persepsi konsumen terhadap produk Anda, memungkinkan Anda untuk menetapkan harga yang lebih tinggi.

2. Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan:

Merek yang memiliki reputasi baik dapat membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang dapat menghasilkan pembelian berulang dan rekomendasi.

3. Loyalitas Konsumen:

Merek yang kuat cenderung menciptakan pelanggan setia yang lebih mungkin memilih produk Anda daripada merek lain.

4. Kemudahan Pemasaran

Merek yang dikenal memudahkan upaya pemasaran, karena konsumen lebih mungkin memperhatikan atau mencari merek yang sudah dikenal.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan penyuluhan ini berjalan dengan lancar dan sesuai harapan, ibu-ibu warga RT 69 Kelurahan Bukit Lama sangat antusias dan bersemangat. Di akhir sesi ada peserta yang mengajukan beberapa pertanyaan yang dijawab oleh pemateri. Acara di tutup dengan doa bersama, diharapkan kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan usaha kecil tersebut serta meningkatkan kapasitas dan kesadaran masyarakat terkait.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan diatas dan melihat fakta yang ada maka penulis menyimpulkan antara lain sebagai berikut:

- Masyarakat dapat lebih mengetahui tentang ekonomi kreatif
- Masyarakat dapat lebih memahami tentang apa saja bahan bahan yang di perlukan dalam pembuatan tape
- Para pelaku usaha dapat lebih memahami brand dan kemasan dalam usahanya
- Dengan penjabaran diatas, masyarakat sudah lebih mengetahui dan memahami tentang pemanfaatan UMKM

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka disarankan beberapa hal yaitu :

- Bagi pelaku usaha agar dapat lebih memahami kemasan dan branding untuk usahanya.
- Bagi para pelaku usaha agar lebih memilih bahan baku yang bagus dan juga pasokan bahan baku harus selalu ada
- Bagi pelaku usaha diharapkan secara mandiri memahami Peranan UMKM untuk mendapatkan banyak keuntungan
- Bagi pelaku usaha agar lebih memahami apa itu ekonomi kreatif dalam kegiatan usahanya.

DAFTAR REFERENSI

Muri Yusuf. (2013). Metodologi Penelitian. Padang : UNP press

Subejo. (2010). Penyuluhan Pertanian Terjemahan Dari Agriculture. Extention (edisi 2).
Jakarta

Sugiyono. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung:
ALFABETA.