

Received: September 2022

Accepted: December 2022

Published: January 2023

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/sj.v7i1.1846>

Peningkatan Kapasitas Usaha Cappi Cicipi produk Elat Sapi sebagai makanan khas daerah Kalimantan Timur

Adisthy Shabrina Nurqamarani

Universitas Terbuka

adisthy@ecampus.ut.ac.id

Ari Juliana

Universitas Terbuka

ari@ecampus.ut.ac.id

Nurlaeli

Universitas Terbuka

nurlaeli@ecampus.ut.ac.id

Agus Prasetyo

Universitas Terbuka

agusp@ecampus.ut.ac.id

Yeni Santi

Universitas Terbuka

dedy.juniadi@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Program abdimas peningkatan kapasitas usaha cappi cicipi bertujuan untuk mengembangkan kapasitas usaha mitra agar dapat mengembangkan bisnisnya, melalui pelatihan manajemen pemasaran dengan focus pada *segmenting, positioning, dan targeting* (STP) strategi dan *digital marketing* serta pelatihan seputar perizinan usaha. Program abdimas ini dilaksanakan secara hybrid selama bulan Maret-November 2022. Mitra abdimas merupakan UMKM dari Samarinda, Kalimantan Timur dengan merek usaha Cappi Cicipi. Cappi Cicipi merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner yang sudah berdiri sejak tahun 2020 dan mulai aktif di pertengahan 2021. Produk usaha Cappi Cicipi adalah Kue Elat Sapi dan Martabak Surban. Kue elat sapi adalah jajanan kue khas Samarinda. Produk Cappi Cicipi yang pertama kali menginovasi kue tersebut agar banyak peminat pelanggan dari daerah samarinda, wisatawan atau dari luar daerah untuk membeli dan mencicipi produk Cappi Cicipi dengan berinovasi melalui penawaran elat sapi dengan varian rasa yang berbeda. Produk tersebut juga bisa dijadikan oleh-oleh bagi pendatang atau wisatawan yang berkunjung di Kota Samarinda.

Bagaimanapun, keterbatasan terkait pengelolaan bisnis terutama pemasaran perizinan usaha seringkali menghambat kemajuan UMKM untuk berinovasi. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra diantaranya keterbatasan pemahaman tentang strategi *digital marketing* serta terkait prosedur perizinan sertifikat halal. Program program pengabdian masyarakat ini diharapkan turut meningkatkan penjualan produk kuliner lokal sebagai penunjang pariwisata Kaltim.

Kata Kunci: Kalimantan Timur, Elat Sapi, UMKM, Pengabdian Masyarakat, Ekonomi Kreatif

Pendahuluan

Dalam upaya mengembangkan UMKM sebagai salah satu pilar perekonomian Indonesia, Pemerintah telah menjalankan sejumlah program dukungan UMKM, diantaranya bantuan insentif dan pembiayaan melalui program PEN, Kredit Usaha Rakyat, Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Digitalisasi pemasaran UMKM, Penguatan Wirausaha Alumni Program Kartu Prakerja Melalui Pembiayaan KUR, dan termasuk pula strategi jangka panjang menaikkan kelas UMKM melalui UU Cipta Kerja (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Untuk mendukung program pemerintah tersebut, tim abdimas kami ingin turut serta dalam meningkatkan ekonomi dan taraf hidup masyarakat melalui peningkatan kapasitas SDM UKM. Program pengabdian masyarakat ini sangat penting sebagai salah satu upaya untuk menyukseskan program pemerintah dalam membina UMKM dan juga turut berkontribusi dalam menjalankan Renstra LPPM UT untuk mendukung daya saing bangsa dan mengembangkan iklim kewirausahaan sosial melalui pendampingan pengembangan UMKM. Selain itu, program pengabdian masyarakat ini juga sejalan dengan matriks pemetaan tema PKM FHSIP UT 2020-2024 yaitu optimalisasi keterampilan masyarakat dalam mengembangkan usaha melalui program pelatihan desain label untuk peningkatan strategi pemasaran.

Dalam program abdimas ini, mitra terpilih merupakan UMKM di bidang kuliner dengan merek usaha Cappi Cicipi yang menawarkan produk khas Kaltim yaitu kue Elat Sapi dan martabak surban. Cappi Cicipi berdiri sejak tahun 2020 dan mulai aktif di pertengahan 2021. Cappi Cicipi berinovasi dengan menawarkan varian rasa kue elat sapi dan martabak surban. Kue elat sapi adalah jajanan kue khas samarinda kami inovasi dengan isian rasa keju, coklat, original. (Gambar 1)



Gambar 1. Kue Elat Sapi
Sumber: Dokumentasi Mitra

Produk Cappi Cicipi yang pertama kali menginovasi kue tersebut agar banyak peminat pelanggan dari daerah samarinda, wisatawan atau dari luar daerah untuk membeli dan

mencicipi produk Cappi Cicipi. Produk tersebut juga bisa dijadikan oleh-oleh bagi pendatang atau wisatawan yang berkunjung di Kota Samarinda

Cappi Cicipi memproduksi Kue Elat Sapi dan Martabak Surban dengan sentuhan modern yang sangat cocok dengan lidah konsumen di Indonesia dan semua kalangan mulai dari anak-anak sampai dewasa dapat mencicipi dan menikmati produk kuliner dari Cappi Cicipi. Sertifikat izin usaha yang sudah Cappi Cicipi miliki adalah NIB, P-IRT, dan Laik Sehat.

Mitra terpilih atas dasar kelayakan mitra selaku UMKM dengan modal terbatas, dan hanya memiliki 1 SDM yaitu owner sekaligus karyawan dari Cappi Cicipi. Meski Cappi Cicipi memiliki keterbatasan modal dan sumber daya, namun semangat berusaha dan kreativitas dalam mengembangkan produk tradisional kue elat sapi menjadi lebih menarik perlu diapresiasi. Bakat dan tekad seperti ini lah yang menjadi cikal bakal kesuksesan ekonomi kreatif di Indonesia.

Di era digital ini, UMKM perlu memperluas pasarnya ke era digital karena adanya perubahan kebiasaan masyarakat yang semakin terlihat sejak Pandemi Covid-19. Masyarakat menghabiskan waktu lebih banyak di internet, mencari informasi lewat internet dan bertransaksi melalui internet. Total populasi Indonesia mencapai 277.7 juta jiwa dan pengguna internet mencapai 204.7 juta jiwa (Kemp, 2022). Ini merupakan pasar yang sangat besar dimana UMKM dapat memasarkan produknya tidak terbatas dengan batas geografis, dan bahkan bisa menjangkau pasar internasional melalui internet.

Hal ini melatarbelakangi kami untuk mengadakan pelatihan di bidang digital marketing untuk turut berperan dalam program pemerintah dalam mendigitalisasikan bisnis UMKM dan meningkatkan kapasitas usaha Cappi Cicipi dalam mengembangkan bisnisnya melalui media internet. Pemasaran digital menurut (Sulaksono, 2020) adalah aktivitas memasarkan dan mencari pasar via media digital dengan memanfaatkan social network. Menurut (Febriyantoro & Arisandi, 2018), digital marketing memfasilitasi UMKM dalam berinteraksi dengan konsumen secara langsung, serta dapat meningkatkan pangsa pasar dan penjualan produk.

Selain peningkatan literasi pemasaran digital, kami juga akan mengadakan pelatihan terkait segmentasi, targeting, dan positioning. Pada need assesment yang tim kami lakukan dengan mitra diketahui bahwa kendala Cappi Cicipi dalam mengembangkan usaha diantaranya “Bagaimana caranya mempromosikan produk supaya menarik? Bagaimana juga caranya mengenalkan produk yang baru kepada orang-orang yang sudah memiliki langganan-langganan sendiri?”. Selain itu mitra juga menyebutkan masalah terkait modal usaha. Dilansir dari (CNN Indonesia, 2019), salah satu permasalahan pada UMKM adalah permodalan, akses ke pasar, dan kapasitas SDM. Program pengembangan kewirusahaan yang kami ajukan diharapkan dapat membantu mitra dalam mengembangkan kapasitas usaha melalui peningkatan pemahaman mengenai strategi segmentasi, targeting, dan positioning yang tepat untuk menarik pelanggan, lalu peningkatan pemahaman dan keterampilan terkait digital marketing sehingga dapat mengoptimalkan usahanya melalui media internet, dan juga peningkatan pemahaman terkait prosedur perizinan usaha khususnya sertifikasi halal. Kami harapkan setelah memahami prosedur perizinan usaha, mitra dapat melengkapi izin usahanya dengan sertifikat halal sehingga menambah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap usaha mitra dan meningkatkan aspek legalitas usaha.

Metode

Metode pelaksanaan terdiri dari beberapa tahapan kegiatan yang dilakukan secara *hybrid*

selama bulan Maret-November 2022. Pelaksanaan konseling dan koordinasi dilakukan secara daring via Zoom dan Whatsapp, pelatihan dilakukan secara hybrid melalui Zoom dan luring di UPBJJ Samarinda. Pelaksanaan monev dan pra survey dilaksanakan secara luring di lokasi mitra.

Adapun tahapan dalam program pengabdian masyarakat ini terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Tahap persiapan adalah tahap dimana tim abdimas mengidentifikasi permasalahan spesifik dan kebutuhan mitra, berkoordinasi dengan mitra, serta mempersiapkan segala keperluan pelatihan dan hibah untuk mitra. Tahap selanjutnya adalah implementasi program dimana ada beberapa jenis pelatihan seperti digital marketing, STP, dan perizinan usaha serta pemberian hibah alat untuk menunjang usaha mitra diantaranya pemberian hibah *freezer*, *mixer*, *oven*, dan *vacuum sealer* yang digunakan mitra dalam proses produksinya. Tahap ketiga adalah evaluasi program dimana tim abdimas kami membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Tahap keempat adalah pelaporan program dimana tim melakukan penyusunan pelaporan sebagai pertanggungjawaban atas pelaksanaan program serta persiapan untuk proses publikasi (target luaran).

Untuk mensukseskan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, Cappi Cicipi sebagai mitra berpartisipasi aktif dan terlibat secara keseluruhan dalam program PKM baik dalam perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program dan evaluasi program. Selain itu, mitra terlibat aktif dalam mengaplikasikan hasil pelatihan digital marketing, perumusan dan implementasi strategi STP, pemanfaatan hibah alat penunjang produksi, dan aktif dalam pengajuan sertifikat halal dan HAKI. Komitmen bersama antara mitra dan tim abdimas sangat menentukan kesuksesan dan ketercapaian tujuan dari abdimas ini.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Langkah-langkah kegiatan yang menjadi panduan dan telah dikemukakan pada Bab sebelumnya, berikut ini akan diuraikan pelaksanaan rangkaian proses kegiatan yang telah dilaksanakan:

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pelaksana melaksanakan serangkaian kegiatan diantaranya pre-survei, rapat koordinasi dan pembelian alat dan bahan Pelatihan.

a. Pra Survey



Gambar 2. Pra Survey ke lokasi mitra

Pra survey dilaksanakan pada tanggal 7 Maret 2022 di lokasi mitra, yang bertempat di Jl P. Suryanata, Samarinda oleh tim PKM dari UPBJJ Samarinda (Nurlaeli, Agus Prasetya, Yeni). Di tahap ini, tim melakukan identifikasi permasalahan spesifik dan kebutuhan mitra melalui diskusi via telpon dengan mitra (Owner Cappi Cicipi), lalu dilanjutkan dengan melakukan kunjungan ke lokasi mitra di rumah yang bertempat di Jl P Suryanata. Di tahap ini, mitra mengidentifikasi masalah yang dihadapi diantaranya terkait keterbatasan modal usaha, pemasaran yang belum optimal, serta belum adanya HAKI dan sertifikat halal. Menurut (Sihadi et al., 2018), kendala adalah “hal-hal yang dapat menghambat perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi dan berdampak pada tingkat keuntungan perusahaan”.

Kendala pertama, yaitu terkait keterbatasan modal usaha. Keterbatasan modal usaha menghambat Pengembangan usaha, salah satunya sarana prasarana penunjang produksi yang masih manual. Hal ini tentunya menghambat proses produksi karena terkendala kurangnya tempat penyimpanan bahan kue (*freezer*) serta terbatasnya alat pengolahan kue (*oven* dan *mixer*). Hal ini berkontribusi pada minimnya kapasitas produksi harian dan pada saat *peak season*.

Kendala kedua, yaitu terkait perizinan. Memiliki izin usaha dalam memproduksi sebuah barang sangatlah penting, terutama bagi pengusaha pemula. Izin usaha merupakan suatu bentuk dokumen resmi dari instansi berwenang, yang menyatakan sah/dibolehkannya seseorang atau badan untuk melakukan suatu usaha atau kegiatan tertentu (Kusmanto & Warjio, 2019). Ijin usaha diperlukan sebagai jaminan kepastian dalam berusaha baik bagi pengusaha ataupun konsumen yang merasa aman dalam membeli produk dari usaha tersebut. Sebelum pendampingan Cappi Cicipi belum mempunyai Sertifikat halal. Padahal sertifikat halal untuk produk makanan di Indonesia penting untuk dimiliki mengingat mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam dan *concern* terhadap kehalalan produk. Setelah dilakukan pendampingan dan pelatihan Cappi Cicipi telah memiliki sertifikat halal pada bulan Oktober 2022.

Kendala ketiga, yaitu terkait strategi bisnis dan *digital marketing*. Pada *need assesment* yang tim kami lakukan dengan mitra diketahui bahwa kendala Cappi Cicipi dalam mengembangkan usaha diantaranya “Bagaimana caranya mempromosikan produk supaya menarik? Bagaimana juga caranya mengenalkan produk yang baru kepada orang-orang yang sudah memiliki langganan-langganan sendiri?”. Hasil dari pre-survei membantu tim dalam merancang pelatihan-pelatihan serta jenis hibah yang dapat menyelesaikan kendala tersebut.

b. Rapat Koordinasi Tim dan Mitra:



Gambar 3. Rapat koordinasi daring

Di tahap ini, kami meninjau ulang rencana pelaksanaan program secara konseptual, operasional serta membahas job description dari Tim dan Mitra. Rapat dilakukan secara daring via Zoom, diadakan pada tanggal 31 Maret 2022 dengan dihadiri oleh 5 orang dosen, 3 mahasiswa dari tim abdimas, 1 admin, dan owner dari pihak mitra. Di tahap ini juga kami menyamakan persepsi terkait hak dan kewajiban mitra.

c. Pembelian alat serta pembuatan materi kegiatan

Di tahap ini, kami melakukan pembelian alat untuk hibah kepada mitra, yaitu food dehydrator atau pengering makanan, sebagai pengganti prosedur manual pengeringan menggunakan cahaya matahari. Pembelian alat dilakukan secara langsung ke Nuansa dan Union Sentosa.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan terdiri dari tiga kegiatan yaitu webinar kemudahan berwirausaha di era digital yang meliputi sosialisasi & pelatihan yang dikemas dalam bentuk webinar, pendampingan terkait pengawalan proses izin usaha dan strategi bisnis melalui telpon dan whatsapp, serta monitoring evaluasi secara daring dan luring ke lokasi usaha mitra

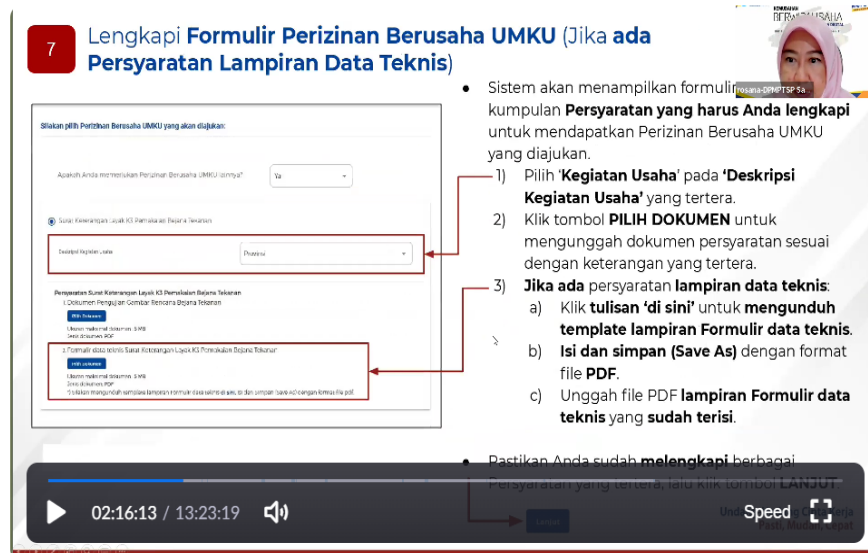
a. Serah terima hibah peningkatan sarana prasarana “food dehydrator”

Kegiatan serah terima hibah peningkatan sarana prasarana “food dehydrator” dilaksanakan secara offline langsung di tempat saat proses pembelian. Kegiatan dihadiri oleh Owner Cippi Cicipi dan 1 orang dosen dari tim abdimas.

b. Webinar Kemudahan Berwirausaha di Era digital



kemudahan berusaha di era digital - Shared screen with speaker view



Gambar 4. Sesi Materi Webinar

Webinar kemudahan berwirausaha di era digital menghadirkan narasumber dari tim PKM dan external. Materi meliputi segmentasi, targeting, dan positioning (narasumber: Dr.Ari Juliana-FHISIP UT), keyword research (narasumber: Abdurrahman Rahmi Thaha-FHISIP UT), dan perizinan usaha (Ibu Rosana, S.T-Kabid Pelayanan Perijinan DPMPSTSP Kota Samarinda).

Kegiatan dilaksanakan secara hybrid dimana narasumber hadir secara online, dan Tim UT Pusat secara daring, sedangkan tim UPBJJ UT Samarinda, owner Cappi Cicipi (mitra), tim Mahasiswa PKM dan perwakilan Mahasiswa dari UPBJJ UT Samarinda hadir secara luring di UPBJJ UT Samarinda. Acara ini dikerjakan bekerja sama dengan program kemahasiswaan UPBJJ UT Samarinda sehingga untuk pendanaan konsumsi peserta luring dibiayai oleh anggaran UPBJJ UT Samarinda,



Gambar 5. Dokumentasi Tim UPBJJ UT Samarinda

c. Pendampingan

Proses pendampingan dijalankan berkesinambungan sejak program abdimas dimulai di bulan Maret, kami berkomunikasi secara reguler dengan pihak mitra terkait kebutuhan mitra untuk pengembangan bisnisnya, mendampingi dan memonitor pemanfaatan alat baru serta perkembangan pengajuan sertifikat halal.

d. Tahap Evaluasi Program

Pada tahap ini, kami mengevaluasi kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Monev dilakukan melalui observasi, wawancara, dan memberikan kuesioner kepuasan mitra. Secara luring, kegiatan monev dilaksanakan pada tanggal 11 November 2022. Evaluasi program bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada peningkatan kapasitas usaha mitra setelah dilaksanakan program abdimas. Secara rinci, evaluasi program dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Evaluasi Program

No	Aspek	Sebelum	Sesudah
		Deskripsikan kondisi mitra sebelum program	Deskripsikan kondisi mitra sesudah program

1 Pemasaran & Strategi Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Belum memahami tentang keyword research dalam digital marketing • Produk yang ditawarkan terbatas 	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah memiliki pemahaman dasar tentang keyword research • Penambahan produk karena pendampingan dan peningkatan kapasitas produksi alat hibah dari UT (stik bawang)
2 Legalitas	<ul style="list-style-type: none"> • Belum mempunyai sertifikat halal 	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah mempunyai sertifikat halal
3 Kapasitas Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Belum punya freezer untuk martabak surban • Belum punya oven listrik ,untuk memanggang kue atau roti sebelumnya hanya punya oven gas • Punya alat Sealer tapi tidak multifungsi • Alat adonan dulu belum punya skg punya untuk stik bawang • Mixer hand, dulu punya tapi rusak 	<ul style="list-style-type: none"> • Sudahe punya freezer untuk martabak surban • Sudah punya oven listrik ,untuk memanggang kue atau roti • Punya alat Sealer yang multifungsi, bisa vacum Sealer kering dan basah • Alat adonan sudah punya untuk stik bawang • Punya hand mixer yang baru untuk mengolah kue

Program pengabdian masyarakat dengan focus pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berkontribusi pada peningkatan perekonomian di era pasca pandemi. Proses pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi khususnya sector ekonomi kreatif daerah Kalimantan Timur.

Simpulan dan rekomendasi

Program pengabdian masyarakat ini telah menunjukkan bahwa terdapa peningkatan pemahaman terkait materi seputar segmentasi, *targeting*, dan *positioning*, *digital marketing (keyword research)*, serta perizinan usaha pada mitra Cappi Cicipi. Mitra juga mengalami peningkatan kapasitas produksi dan pengembangan produk baru yang didapatkan dari hasil hibah penunjang alat produksi yaitu produk stik bawang. Selain itu, mitra juga telah mendapatkan sertifikat halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk mitra. Bagi mitra, diharapkan untuk segera mengurus perizinan HAKI untuk legalitas merek. Bagi pelaksana abdimas, diharapkan dapat Menyusun program yang lebih tepat sesuai kebutuhan dan masalah mitra serta dapat meningkatkan keterampilan mitra sesuai kebutuhan pasar.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka yang telah memberikan dukungan pendanaan. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada mitra Cappi Cicipi atas partisipasi aktif dalam mengikuti program pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- CNN Indonesia. (2019). (38) *Ekonomi Kreatif Jadi Tulang Punggung, Bisnis Kuliner Nomor Wahid - YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=z59CXoFuBLA>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/JMD.V1I2.175>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: JURNAL PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL*, 11(2), 324. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.13583>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/GJ.V4I1.13906>