

IBM KELOMPOK USAHA PENGOLAH DADIH DI BUKITTINGGI

Amna Suresti, James Helliward dan Amrizal Anas

Fakultas Peternakan, Universitas Andalas

amnareres@yahoo.com

ABSTRAK

Dadih sebagai bahan pangan yang bergizi tinggi dan disenangi masyarakat Sumbar sangat layak untuk dilestarikan dan dikembangkan teknologi pembuatan serta pemasarannya. Namun segmen pasar dadih terbatas yakni pada golongan orang tua saja, padahal manfaat dadih yang sangat baik untuk kesehatan dan pertumbuhan ini seharusnya dinikmati untuk semua masyarakat mulai dari anak-anak sampai orang tua. Salah satu olahan dadih yang banyak digemari masyarakat Sumbar saat ini adalah Ampiang dadih yaitu campuran anatar dadih, beras ketan dan gula jawa.

Di Pasar Atas dan Pasar Aur Bukittinggi terdapat pedagang yang menjual olahan makanan berbahan baku dadih yaitu ampang dadih, kelompok usaha ini telah lama menjual produk ini, namun sampai saat ini penjualan ampang dadih sudah mulai menurun disebabkan karena kebosanan dan rasa dan aroma dadih masih kental terasa sehingga untuk kalangan usia muda kurang menyukai produk ini, akibatnya usaha penjualan ampang dadih tidak begitu berkembang.

Program IPTEKS bagi masyarakat (IBM) ini bertujuan: 1) Memberikan alih pengetahuan mitra dalam berwirausaha dan memperbesar keuntungan usaha dengan menambah menu baru berbasis dadih, 2) Meningkatkan nilai tambah makanan dan pendapatan produsen/penjual melalui diversifikasi produk, 3) Menata strategi pemasaran untuk memperluas jaringan pemasaran, 4) memberikan alih pengetahuan mitra dalam pembuatan *business plan*

Sasaran kegiatan program IPTEKS (IBM) bagi masyarakat ini adalah 5 orang produsen dan penjual makanan yang tergabung dalam kelompok usaha makanan dan minuman "Bofet Minah" yang berlokasi di Pasar Atas dan usaha "Rika" di Pasar Aur kuning Kota Bukittinggi Sumatera Barat. Metode yang digunakan adalah Pelatihan dalam pembuatan makanan dan minuman berbahan baku dadih, penyusunan rencana bisnis serta pelatihan dan pendampingan strategi marketing dan promosi. Penyuluhan dengan materi *Entrepreneurship Motivation*, manajemen usaha dan manajemen keuangan.

Kata Kunci: diversifikasi produk, dadih, *business plan*, promosi dan motivasi

PENDAHULUAN

Dalam rangka meningkatkan pengembangan potensi pangan lokal guna mendukung peningkatan taraf ekonomi masyarakat, berbagai jenis makanan yang dihasilkan suatu daerah dapat dikembangkan sebagai salah satu ciri khas daerah dan sekaligus dapat dijadikan sebagai aset nasional. Salah satu produk pangan lokal yang terkenal di Sumbar adalah Dadih yang merupakan makanan tradisional yang

dibuat dari susu kerbau yang diperam pada suhu kamar selama 2 sampai 3 hari dalam tabung bambu yang ditutup daun pisang, berwarna putih susu dengan tekstur padat dan licin, rasa asam serta aroma yang khas (bau bambu) (Sugitha dan Aidi, 1998).

Proses pembuatan dadih dari susu kerbau dalam tabung bambu, telah lama dikenal oleh masyarakat di Kota ini, namun informasi tentang potensi dadih sebagai sumber pendapatan peternak belum diketahui. Dadih di Bukittinggi ini sudah populer sebagai makanan spesifik Sumbar, usaha pembuatan dadih di daerah ini sudah dilakukan secara turun temurun, namun jika dilihat dari kualitas usahanya dapat disimpulkan bahwa pembuatan dadih di daerah ini tidak mengalami kemajuan yang berarti baik dari jumlah pelaku usaha maupun dari sisi pemasaran. Saat ini masyarakat sudah mengerti dan mengetahui manfaat akan dadih setelah team pengabdian dosen Unand mensosialisasikan akan pentingnya dadih, namun karena karena rasa dan aroma yang tidak mereka sukai akibatnya pemasaran dadih kurang berkembang.

Dalam rangka memasyarakatkan dadiah di Bukittinggi, maka tentunya semua lapisan masyarakat mulai anak-anak sampai orang tua hendaknya menyukai makanan dan minuman berbahan baku dadih dengan teknologi diversifikasi produk. Saat ini pedagang makanan dan minuman di pasar atas Bukittinggi sudah ada yang menjual olahan dadih yang disebut dengan “ampiang dadiah”, namun usaha ini kurang mengalami perkembangan. Untuk dapat mengembangkan usaha tentunya ini harus didukung dengan suatu standar teknologi pengolahan, modal serta manajemen usaha. Karena itu keberadaan usaha makanan dan minuman berbahan baku dadih perlu mendapat dukungan sehingga pengembangannya bisa diterima masyarakat luas.

1.Untuk Pengusaha Mikro/Jasa Layanan.

Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota wisata di Sumatera Barat yang terkenal dengan keindahan alam, budaya serta kulinernya. Salah satu daya tarik pelancong saat menyinggahi ranah minang adalah kulinernya. Bicara rendangnya yang mendunia sudah biasa, namun bicara ampiang dadiah mungkin masih asing. Pengolahan makanan berbahan baku dadih sudah dilakukan di Kota ini yaitu ampiang dadiah yang merupakan campuran ampiang, dadiah, kuah gula merah cair. Dadih merupakan salah satu jenis makanan tradisional yang berasal dari Sumatera

Barat yang terbuat dari susu kerbau. Makanan prebiotik asal Sumatera Barat ini kaya akan manfaat yang dapat menyembuhkan penyakit, karena dadih mengandung nisin yang dapat menyembuhkan berbagai penyakit. Dadih juga dapat menurunkan kadar kolesterol didalam darah, mencegah kanker usus dan meningkatkan daya tahan tubuh, namun sayang makanan khas minang ini tak begitu dikenal oleh masyarakat.

Bila kita membandingkan dadih dengan produk susu fermentasi lainnya seperti yogurt, dan kefir, maka dadih kalah populer oleh konsumen dari berbagai kalangan. Sedangkan dadih hanya banyak dikenal oleh masyarakat kelas bawah dan dipasarkan disekitar daerah produsen dan belum mampu menembus pasar modern. Salah satu diversifikasi olahan dadiah yang digemari saat ini adalah Ampiang dadiah. Ampiang dadiah adalah dua jenis makanan yang tak dapat dipisahkan satu sama lain. Ampiang jika dalam bahasa Indonesia berarti emping beras yang biasanya terbuat dari beras ketan merah, sedangkan dadiah dalam serapan bahasa modern sering diperkenalkan sebagai yogurtnya orang minang, karena berasal dari fermentasi susu, tapi yang digunakan susu kerbau.

Mitra pada IbM Kelompok usaha pengolah dadih ini dibedakan menjadi: 1) kelompok penjual olahan dadih (ampiang dadih) sebanyak 5 orang , 2) kelompok penjual dadih sebanyak 5 orang. Kedua kelompok ini mempunyai beberapa kendala dan permasalahan yang perlu diselesaikan. Berdasarkan diskusi awal dengan ketua kelompok, permasalahan yang dihadapi adalah :

a. Aspek Produksi dan Manajemen Mitra

Mitra yang I adalah Kelompok usaha Bofet Minah yang didirikan didirikan pada Tahun 1975 yang saat ini dimiliki oleh bapak Hafis. Salah satu menu andalan dari kelompok usaha ini adalah ampiang dadiah yang menerima titipan dadiah dari salah seorang produsen susu kerbau di daerah Gadut Bukittinggi (mitra 2), mampu menghabiskan antara 5 hingga 10 tabung dadiah setiap harinya. Namun permintaannya, ternyata semakin lama semakin menurun(data dari jumlah pedagang dari tahun 2010 jumlah permintaan ampiang dadiah setiap harinya berkisar antara 20 – 30 porsi, sedangkan pada tahun 2015 permintaan semakin menurun dimana jumlah permintaannya kurang dari 10 porsi perharinya).

Penurunan permintaan ini disebabkan karena kebosanan masyarakat pada makanan ini karena rasa yang terlalu manis dan aroma dadih masih terasa seperti

aslinya, hal ini tentunya akan berakibat buruk terhadap kelestarian makanan spesifik kota ini. Jika kita lihat rata-rata penghasilan penjual ampiang dadih setiap harinya sekitar Rp. 100-150 ribu perharinya dan laba bersih yang diterima setelah dikurangi biaya produksi sebesar Rp. 35-75 ribu per hari, Usaha ini mempunyai peluang yang besar untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi jika ada menu olahan lain dari dadih ini selain ampiang dadih.

Usaha ini mempunyai peluang yang besar untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi karena Bukittinggi adalah kota wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, dan permintaan akan produk pangan local berbahan baku dadih ini cukup tinggi namun produksi ampiang dadiah ini ternyata mengalami penurunan karena masyarakat mulai jenuh dengan olahan ini, maka untuk menghindari kebosanan masyarakat terhadap ampiang dadiah ini maka perlu diberikan diversifikasi produk. Kemampuan mitra untuk mengembangkan usaha terkendala dengan pengelolaan usaha dan akses permodalan.

Persoalan yang berbeda pada mitra kedua yaitu usaha "Rika" di pasar Aur Kuning, adalah mitra ini merupakan salah satu mitra yang memproduksi sendiri dadih dan telah mendapat binaan dari program IbM sebelumnya, saat ini baru akan memulai mengusahakan usaha makanan dan minuman berbahan baku dadiah. Penerimaan yang diperoleh dari penjualan dadih ini Rp.40.000/hari untuk 10 tabung dadih dan ini sudah berlangsung selama 15 tahun tanpa ada peningkatan pendapatan selain dari menjual dadiah, saat ini mitra berkeinginan untuk mengembangkan usaha dengan meningkatkan pendapatan dengan menjual produk-produk olahan dadih. Keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan dalam mengelola usaha juga menjadi kendala mitra saat ini.

Walaupun kelompok usaha ini merupakan usaha yang dilakukan secara turun temurun namun jika dilihat dari perkembangan usahanya tidak mengalami kemajuan baik dari jumlah produk yang dihasilkan maupun dari sisi pemasaran. Banyaknya kendala yang ditemui dalam usaha membuat pedagang tidak termotivasi untuk memperluas usaha.

Persoalan yang Dihadapi

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra kelompok pedagang minuman dan makanan dalam mengembangkan usaha menuju pasar wisata dapat dikelompokkan menjadi lima. Permasalahan pertama yaitu Permintaan dadih dan

ampiang dadih menurun. Masalah kejenuhan produk (ampiang dadih) yang masih perlu untuk diatasi sehingga daya jual semakin meningkat sehingga dapat meningkatkan penjualan dan diharapkan mitra mengetahui diversifikasi dari dadiah ini menjadi makanan dan minuman yang disukai anak-anak sampai orang dewasa.

Permasalahan kedua adalah Persiapan warung makan dan minuman yang masih minim . Permasalahan ketiga adalah penataan sistem manajemen usaha untuk produksi maupun penjualan sehingga jangkauan pemasaran semakin luas dan mampu menerobos pasar wisata yang berada di sekeliling tempat usaha serta kemampuan untuk mendapatkan akses permodalan sangat rendah karena mitra tidak mengetahui informasi dan terbatasnya pengetahuan dalam pembuatan proposal perencanaan usaha sehingga akibatnya rendahnya motivasi wirausaha.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka kegiatan IbM ini memiliki tujuan:

1. Memberikan alih pengetahuan mitra dalam pengolahan makanan dan minuman dari bahan baku dadiah dengan teknik pencampuran, teknik olah, keamanan makanan serta formulasi produk
2. Meningkatkan kualitas minuman dan makan melalui penggunaan peralatan proses produksi yang mendukung (Blender, kulkas, dan sealler pengemas).
3. Meningkatkan nilai tambah makanan dan pendapatan produsen/penjual melalui diversifikasi produk (jus dadiah aneka rasa, pudding dadiah, dodol dadih dan risoles saus dadiah).
4. Meningkatkan layanan dalam penjualan melalui penataan ulang (re layout) tempat penjualan dan metode penjualan
5. Menata strategi pemasaran untuk memperluas jaringan pemasaran.

2. Untuk Masyarakat Calon Pengusaha

Jika kita perhatikan peluang usaha makananan dan minuman di Pasar atas sangat menjanjikan, karena Kota ini merupakan kota wisata yang banyak dikunjungi oleh masyarakat di luar kota yang berakibat banyaknya permintaan masyarakat terhadap makanan. Namun jika diperhatikan jumlah pedagang usaha inipun sangat banyak sehingga dibutuhkan daya saing yang tinggi untuk meraup keuntungan yang besar pula. Di samping itu usaha ini dari tahun ke tahun tidak

mengalami perkembangan baik dari segi kualitas makanan maupun dari omset penjualannya. Hal ini disebabkan banyaknya kendala yang ditemui baik dari aspek produksi dan manajemen usaha. Kendala sulitnya mendapatkan dadih dan tidak mempunyai ketrampilan dalam mengolah makanan dan minuman dari dadih membuat masyarakat sekitarnya enggan untuk berwirausaha walaupun permintaan usaha makanan ini tinggi.

Persoalan keberadaan sumberdaya saat ini untuk masyarakat calon pengusaha adalah kurangnya semangat berwirausaha untuk usaha ini dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat dalam membaca peluang dan minimnya teknologi yang didapat. Kurangnya kemampuan masyarakat dalam membuat nilai tambah dari produk ini berakibat pendapatan yang diperoleh dari hari ke hari tidak mengalami peningkatan. Hal ini ditambah pula dengan kurangnya pengetahuan dalam mencari sumber pendapatan alternatif.

1.2. Untuk Masyarakat Umum

a. Aspek Sosial

Dalam kehidupan sosial masyarakat, usaha ini sangat bermanfaat dan sangat membantu masyarakat sekitarnya. Dengan cita rasa yang enak (dengan diversifikasi produk), manfaat yang sangat baik untuk kesehatan dan punya kekhasan makanan yang tidak dimiliki orang lain membuat usaha makanan dan minuman yang berbahan baku dadiah akan banyak diminat masyarakat sekitar, namun masih banyak konsumen lainnya tidak mengetahui keberadaan dan manfaat usaha makanan ini karena kurangnya informasi. Disamping itu usaha ini sangat berperan secara sosial di masyarakat, baik sebagai sumber pendapatan, ketersediaan lapangan kerja, dan dapat meningkatkan gizi masyarakat sebagai konsumen. Perkembangan usaha yang lambat dan cenderung tidak berkembang tentunya tidak akan memberikan kontribusi yang besar dalam kehidupan masyarakat.

b. Aspek Budaya

Umumnya masyarakat kota Bukittinggi khususnya wisatawan sangat membutuhkan alternatif makanan dan minuman khas minang . Usaha mitra ini menyediakan makanan khas Minangkabau yaitu ampiang dadiah yang disukai masyarakat sebagai makanan tradisional. Keberadaan produsen dadih telah memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar dalam peningkatan budaya hidup sehat dengan mengkonsumsi makanan dan minuman dari dadih ini tanpa

bahan pengawet dan pewarna buatan. Namun sayangnya hanya dikonsumsi oleh orang yang berusia 35 tahun keatas. Ini berarti dadih makin kurang diminati oleh peminat kalangan muda.

c. Aspek Religi

Produk yang dihasilkan hendaknya diupayakan higienis dan alami, tanpa menambahkan unsur – unsur yang berdampak pada kesehatan apalagi yang bertentangan dengan agama islam. Karena konsumen utama dari produk olahan dadiah ini adalah umat islam. Hendaknya pada label produk yang diproduksi dilengkapi dengan komposisi dari produk serta diupayakan untuk mendapatkan sertifikasi halal dari MUI, sehingga tidak ada keraguan lagi bagi konsumen dalam mengkonsumsinya.

d. Aspek Kehidupan Bermasyarakat

Dadiah merupakan salah satu komoditi peternakan yang mempunyai nilai gizi tinggi. Dilihat dari nilai yang dikandungnya, dadih mempunyai arti penting bagi kesehatan. Sughita (1998) melaporkan bahwa dadih mempunyai khasiat sebagai obat tradisional bagi penyakit ekim-kulit, sakit kepala dan untuk meningkatkan nafsu makan dan yang paling penting adalah dadih potensial sebagai pengendali kolesterol dalam tubuh. Sebagai usaha makanan yang bernilai gizi tinggi dan sangat bermanfaat ini membuat kedua kelompok usaha ini lebih dinamis karena terjadi interaksi antara produsen dadih dan pengusaha makanan dan minuman, antara pengusaha dan pekerja. Secara umum, dalam kehidupan sosial masyarakat, kedua usaha ini sangat bermanfaat dan sangat membantu masyarakat sekitarnya dalam meningkatkan gizi masyarakat.

1.3. Permasalahan Mitra

a. Untuk Pengusaha Mikro:

- Terbatasnya pengetahuan dan ketrampilan mitra dengan diversifikasi dadih
- Masih kurangnya motivasi bisnis untuk pengembangan usaha. Hal ini berakibat kegiatan usaha berjalan secara stagnan tanpa ada upaya untuk pengembangan skala usaha yang lebih besar.
- Kurangnya permodalan untuk ekspansi usaha. Hal ini disebabkan oleh lemahnya *networking* dengan instansi atau lembaga terkait baik lembaga pemerintah atau swasta.

- Belum memiliki perencanaan bisnis yang jelas sehingga target dan sasaran usaha belum memiliki arah kepada pengembangan usaha bisnis yang lebih mapan.
 - Pengelolaan produksi yang berorientasi pada persediaan saja. Hal ini menyebabkan lemahnya fungsi pemasaran. Kelompok usaha tidak memiliki strategi pemasaran. Hal ini dapat diakibatkan oleh belum mantapnya perencanaan bisnis.
 - Pendapatan yang diterima sedikit
 - Keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan dalam memasarkan produk.
- b. Untuk Masyarakat Calon Pengusaha:
- Kurangnya motivasi untuk berwirausaha
 - Kurangnya kemampuan membaca peluang usaha
 - Kurangnya mendapatkan akses modal atau kurangnya permodalan untuk ekspansi usaha. Hal ini disebabkan oleh lemahnya *networking* dengan instansi atau lembaga terkait baik lembaga pemerintah atau swasta
- c. Masyarakat Umum:
- Masyarakat belum banyak mengenal manfaat akan konsumsi dadih
 - Masyarakat belum banyak mengetahui adanya olahan dadih selain ampiang dadih.

1.4. Justifikasi Pengusul

Pada tanggal 11 Maret 2015 pengusul bersama mitra (Hafis sebagai ketua kelompok usaha makanan dan minuman “ minah” dan Eka sebagai ketua kelompok produsen dadih) bertemu di lokasi membicarakan permasalahan yang ditemui. Pengusul menawarkan beberapa solusi untuk mengatasi persoalan penjualan dan pemasaran dadih, memfasilitasi mendapatkan akses permodalan dengan membuat *business plan*, meningkatkan pendapatan dengan cara memperbaiki manajemen pemasaran berupa diversifikasi produk, dan perluasan pasar melalui promosi. Di samping itu juga solusi peningkatan motivasi berwirausaha dan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan. Namun dari semua persoalan disepakati bahwa yang menjadi perhatian adalah ketrampilan untuk mengolah dadih menjadi makanan lain selain ampiang dadih, serta rendahnya motivasi mitra dalam wirausaha.

1. Permasalahan

Dari identifikasi permasalahan di atas maka dapat diambil kendala-kendala yang menjadi permasalahan utama dalam produksi, sebagai berikut:

1. Diversifikasi produk
2. Modal usaha
3. Pemasaran
4. Motivasi wirausaha.

METODE PELAKSANAAN

Untuk Pengusaha Mikro

Untuk pengusaha mikro, metode pelaksanaan kegiatan untuk mengatasi permasalahan adalah berupa penyuluhan, bantuan peralatan produksi, pelatihan, percontohan dan perluasan pasar. Pengusaha mikro akan memperoleh juga bantuan dan pembinaan berupa:

1. Diversifikasi produk olahan dadiah : Jus dadiah aneka rasa, pudding dadiah, dodol dadiah dan risoles saus dadiah
2. Packaging berupa cup plastic dan labelling
3. Bantuan promosi yang bersifat tradisional dan modern untuk meningkatkan daya saing berupa brosur, pamphlet, spanduk dan promosi secara online)
4. Bantuan peralatan (blender, kulkas dan sealler pengemas) dan perbaikan tempat *display*
5. Proposal *business plan* untuk mendapatkan modal usaha .
6. Proposal pengajuan modal kepada sponsor (CSR)

Untuk Calon Pengusaha

Untuk calon pengusaha, mereka diikutsertakannya di dalam kegiatan sebagai peserta penyuluhan, pelatihan, percontohan dan perluasan pasar di lokasi mitra. Jumlah peserta calon pengusaha sebanyak 8 orang dari masyarakat di sekitar lokasi mitra. Pelatihan yang diberikan, antara lain:

- Motivasi wirausaha

- Permodalan dan akses pemodalannya serta networking dengan sponso

Untuk Masyarakat Umum

Untuk untuk masyarakat umum, metode pelaksanaan kegiatan untuk solusi permasalahan adalah berupa sosialisasi peluang usaha dan perluasan pasar/konsumen, sosialisasi kesehatan dan gizi makanan, dan sosialisasi motivasi wirausaha. Jumlah peserta masyarakat umum sebanyak 10 orang dari masyarakat di sekitar lokasi mitra. Kegiatan dilaksanakan di ruang pertemuan kantor kelurahan.

Justifikasi pengusul

Tim Pelaksana kegiatan adalah Dosen Fakultas Peternakan Universitas Andalas yang memiliki pengalaman/kepakaran yang memadai untuk mengatasi persoalan pada ke dua kelompok diatas. Hal ini dapat dilihat dari pengalaman penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dimiliki. Dalam diskusi yang dilakukan bersama mitra dapat ditarik kesimpulan tentang beberapa permasalahan spesifik yang menjadi kendala bagi pihak mitra dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Berikut adalah permasalahan konkrit dari mitra yang menjadi prioritas :

1. Perlunya pengetahuan dan keterampilan tentang diversifikasi produk olahan dari dadiah,
2. Perlunya peralatan berupa alat blender, kulkas dan siller dan perbaikan tempat *display*
3. Perlunya promosi dalam upaya perluasan pasar dengan leaflet, banner dan brosur untuk membantu promosi dan sosialisasi
4. Perlunya pengetahuan dan ketrampilan dalam pembuatan *business plan* untuk pengembangan usaha
5. Perlunya akses permodalan dari sponsor (CSR)
6. Motivasi wirausaha

Metode Pendekatan untuk Mitra Usaha Mikro dan Calon Pengusaha

Metode pendekatan yang ditawarkan dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh mitra usaha mikro dan calon pengusaha adalah : dengan penyuluhan, pelatihan/percontohan dan pemberian bantuan peralatan dan sarana produksi. Berikut adalah rincian metode pendekatan yang ditawarkan

Tabel 2. Permasalahan dan Metode Pendekatan

No	Permasalahan	Metode Pendekatan
	Perlunya pengetahuan dan keterampilan tentang diversifikasi produk olahan dari dadiah	Penyuluhan dan Pelatihan
	Perlunya peralatan berupa blender, kulkas dan <i>sealler</i> , <i>display</i>	Pemberian bantuan peralatan
	Perlunya promosi dalam upaya perluasan pasar	Pembuatan leaflet/brosur, banner dan spanduk
	Perlunya pengetahuan dan ketrampilan dalam pembuatan <i>business plan</i> untuk pengembangan usaha	Penyuluhan dan Pelatihan
	Perlunya akses permodalan dari sponsor (CSR)	Memfasilitasi mitra dengan pihak sponsor sebagai sumber modal
	Motivasi wirausaha	Penyuluhan dan Pelatihan

Metode Pendekatan Untuk Mitra Masyarakat non Produktif.

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan sosial, budaya, religi dan lain-lain yang telah disepakati bersama (untuk mitra masyarakat non produktif) adalah:

- Penyuluhan peluang usaha
- Sosialisasi konsumsi olahan dadiah
- Promosi produk olahan dadiah dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat

Metode Pendekatan Dan Prosedur Kerja

a. Pelatihan dan Percontohan

Dalam pelatihan ini akan diberikan materi sebagai berikut:

1. Pelatihan pembuatan makanan dan minuman berbahan baku dadiah dengan teknik pencampuran, teknik olah, keamanan makanan serta formulasi produk seperti jus aneka rasa, pudding dadiah, dodol dadiah, dan risoles dadiah.
2. Pelatihan dan pendampingan strategi marketing dan promosi. Marketing merupakan aspek bisnis yang sangat penting. Namun, marketing yang biasa dilakukan masih defensive artinya hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Kegiatan yang dilakukan bersama tim, masih berbentuk pendampingan terhadap proses marketing serta konsultasi terhadap setiap masalah yang dihadapi selama proses marketing. Pengembangan media promosi dilakukan untuk kepentingan promosi usaha secara lebih luas.

3. Pendampingan penyusunan rencana bisnis

Rencana bisnis merupakan bagian penting dari upaya pengembangan bisnis. Sebagian wirausaha menganggap rencana bisnis tidaklah terlalu penting sepanjang kita tidak memerlukan sumber pendanaan dari pihak lain. Pelatihan dan pendampingan pembuatan rencana bisnis difokuskan untuk memberikan wawasan pengembangan bisnis serta dapat menghasilkan rencana bisnis bagi bisnis yang sedang dikembangkan.

Rencana bisnis akan digunakan untuk mengakses sumber pendanaan baik dari bank maupun non bank.

Pada saat pelatihan atau percontohan dilakukan mitra diikutsertakan secara aktif melalui diskusi-diskusi dan konsultasi tentang pelaksanaan kegiatan dan penerapan teknologi yang diberikan serta kendala-kendala yang dihadapi, untuk lebih memaksimalkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

b. Metode Penyuluhan

Penyuluhan dilakukan kepada pengusaha yang berada di dua kelompok usaha makanan yaitu kelompok usaha makanan dan minuman “Bofet minah” dan kelompok produsen dadih “Rika”. Pada penyuluhan ini melibatkan sebanyak 5 orang pengusaha makanan (mitra) dan mendapatkan kesempatan untuk dapat menyampaikan gagasan-gagasan yang ingin mereka kemukakan.

Dalam penyuluhan ini materi yang akan diberikan adalah

1. *Entrepreneurship Motivation*

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk pelatihan motivasi wirausaha dalam bentuk tukar pengalaman dengan usahawan muda yang sukses untuk meningkatkan gairah wirausaha mitra. Kegiatan ini diarahkan untuk membangun *mindset* wirausaha bagi mitra usaha sehingga dapat menumbuhkan motivasi wirausaha dan pengembangan usaha mitra. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk diskusi interaktif untuk mengungkap permasalahan dan potensi usaha yang dapat dikembangkan oleh mitra maupun kelompok usaha yang lainnya.

2. Manajemen Usaha

Kegiatan ini dilakukan dalam rangkaian kegiatan *Entrepreneurship Motivation*. Fokus dari materi ini adalah menambahnya wawasan tentang strategi merintis dan mengembangkan usaha bagi mitra baik secara umum maupun secara khusus yang berkaitan dengan jenis usaha yang sedang digeluti.

Rencana Kegiatan

- a. Untuk mengatasi kendala yang utama mitra adalah memberikan penjelasan tentang bagaimana meningkatkan penjualan olahan dadih dengan diversifikasi produk . Materi ini akan diberikan oleh Prof.Drh.Hj.Endang Purwati RN.MS.Ph.D.
- b. Solusi kedua yang akan dilakukan untuk mitra adalah memberikan penyuluhan motivasi kewirausahaan. materi yang akan diberikan adalah pentingnya motivasi kewirausahaan dan perencanaan usaha. Kemudian ini dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan *business plan*. Penyuluhan ini akan disampaikan oleh Ir. Amna Suresti MSi. Teknologi yang akan ditawarkan dengan video, LCD, presentasi, animasi dan photo, dan alat peraga.
- c. Solusi mengenai masalah Manajemen pemasaran akan disampaikan oleh Prof.Dr.Ir.James Hellyward,MS.
- d. Pedagang makanan yang telah mencoba menerapkan teknologi ini dibimbing hingga mereka terampil untuk menerapkan secara mandiri dan akan dilakukan pemantauan secara periodik apakah produktivitas sudah

meningkat melalui koordinasi dengan ketua kelompok yang telah ditunjuk sebelumnya.

- e. Untuk mengetahui keberhasilan kegiatan I_bM akan dilakukan evaluasi 3 kali. Evaluasi pertama dilakukan sebelum dilakukan penyuluhan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui pengetahuan Mitra tentang ipteks yang akan diberikan dan motivasi Mitra dalam mengikuti program IPTEKS yang diberikan melalui pengisian borang yang telah disiapkan. Evaluasi kedua dilakukan setelah selesai penyuluhan dan pelatihan. Evaluasi bertujuan untuk melihat peningkatan pengetahuan Mitra tentang ipteks yang diberikan. Evaluasi ketiga dilakukan dengan dua cara. Pertama dengan mengevaluasi pemahan Mitra tentang Ipteks yang diberikan melalui pengisian borang yang sama pada awal kegiatan. Evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui kinerja atau productivitas Mitra dengan cara mengevaluasi recording aset dan Pendapatan Mitra dengan dilaksanakan program I_bM.

Partisipasi mitra

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program I_bM adalah dengan mendukung penuh pelaksanaan kegiatan program IbM, dalam hal ini Mitra bersedia menerima pembinaan.

Jenis luaran yang akan dihasilkan:

1. Untuk aspek produksi:

Produk :

- a. Jus aneka rasa, pudding dadiah, dodol dadih dan risoles saus dadiah
- b. Packaging berupa cup plastic dan labelling
- c. Peralatan (Blender, mesin siller,kulkas,) dan penataan *display*

2. Manajemen usaha:

Jasa :

- d. Pelatihan pembuatan perencanaan usaha, outputnya
Dokumen perencanaan usaha
- e. Penyuluhan mengenai manfaat dadih
- f. Motivasi wirausaha
- g. Promosi melalui brosur dan pamflet.

- h. Harga: metode penetapan harga dengan memperhitungkan input produksi.

Spesifikasi Luaran

Berikut spesifikasi luaran produksi:

1. **Jasa** : jasa yang diberikan berupa penyuluhan yang terdiri dari *Entrepreneurship Motivation*, Manajemen Usaha termasuk penataan relay-out *display* dan pelatihan pembuatan perencanaan usaha dan strategi pemasaran dengan outputnya berupa dokumen business plan dan proposal pengajuan modal sesuai dengan format yang digunakan untuk pengajuan ke bank dan CSR PT Semen Padang

a. Produk :

1. diversifikasi makanan dan minuman berupa ; jus dadiah aneka rasa, pudding dadiah, dodol dadiah, risoles dadiah.
2. Peralatan :
 - a) a.Mesin pembuat jus berupa blender dengan spesifikasi kapasitas 1,5 liter dengan daya listrik 220 watt
 - b) b.kuali besi untuk pembuatan dodol dadih Tebal : -/+ 10 mm Diameter (lebar loyang) : -/+ 30 cm Bahan : Aluminium tahan karatBerat : 2 kg
 - c) c.sealler pengemas merek maksipack ukuran 350x516
 - d) d.cup plastic untuk pudding ukuran 100 ml dan jus250 ml
 - e) e.Labelling Plastik rol ukuran 13 cm x 200 m
 - f) f.Leaflet dan brosur berwarna dengan jumlah 1-2 halaman, Banner ukuran 60 x 160 cm sebanyak 5 buah dan Spanduk 3 buah

METODA KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan.

Beberapa kegiatan yang telah dilakukan adalah:

1. Peninjauan Kondisi Mitra

Pada tahap awal kegiatan dilakukan peninjauan ke lokasi mitra untuk memverifikasi kondisi usaha mitra. Selain itu peninjauan kondisi mitra ini juga bertujuan untuk meninjau kembali permasalahan yang dihadapi mitra dan tingkat kebutuhan mitra

terhadap solusi yang akan ditawarkan. Kegiatan ini dilakukan setelah proposal kegiatan disetujui. Setelah dilakukan peninjauan ke lokasi mitra diperoleh informasi bahwa kedua mitra sangat membutuhkan:

- Peningkatan wawasan dan pengetahuan tentang pengembangan usaha melalui bauran pemasaran.
- Peningkatan motivasi anggota kelompok dalam meningkatkan skala usaha mereka sehingga pendapatan yang diperoleh nantinya akan semakin bertambah.

2. Sosialisasi Pembuatan produk olahan dadih

Pada tanggal 12 April 2016, team pengabdian mengumpulkan anggota kelompok untuk mensosialisasikan produk olahan dadih (jus dadih aneka rasa, es dadih, pudding dadih, saus dadih dan dodol dadih). Anggota sangat senang dengan adanya inovasi baru dalam pengolahan produk ini.

3. Bantuan peralatan

Kemudian kelompok ini juga membutuhkan alat-alat berupa blender untuk membuat jus, gelas jus, kulkas, brosur, spanduk. Inovasi dalam pemasaran produk berupa iklan dengan brosur dan spanduk yang informative.

4. Sosialisasi manfaat konsumsi dadih

Kegiatan ini dilakukan pada 2 tempat yaitu di kota Padang dan Bukittinggi. Sasaran masyarakat di padang adalah mahasiswa peternakan Unand dan masyarakat umum di Bukittinggi. Penyuluhan ini disampaikan oleh dosen fakultas peternakan bagian Teknologi Hasil Ternak.

5. Kegiatan promosi produk

Pada tahap ini team berusaha menyebarluaskan informasi tentang manfaat konsumsi dadih dan olahannya di media social dan media cetak.

6. Kegiatan selanjutnya yang telah dilaksanakan adalah kegiatan penyuluhan yang diikuti oleh kedua mitra. Materi penyuluhan yang diberikan adalah:

- a. Wirausaha, dimana materi ini bertujuan untuk memberikan motivasi kepada para peternak.
- c. Pelatihan pembuatan bussines plan (dokumen perencanaan usaha)
- d. Pembinaan Kelompok

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan pada dua mitra pedagang olahan dadiah yang berlokasi di Pasar Atas Bukittinggi. Mitra pertama bernama Hafiz yang memiliki anggota sebanyak 5 orang. Mereka berbisnis makanan dan minuman. Salah satu menu andalan mereka adalah ampiang dadiah yang terdiri dari dadiah, beras ketan dan gula jawa. Makanan ini makanan yang cukup digemari oleh masyarakat Minang Kabau, Namun sampai saat ini makanan ini sudah mulai memasuki titik jenuh bagi konsumennya, hal ini dijelaskan oleh mitra bahwa pendapatan yang diperoleh dari usaha olahan dadiah ini tidak bertambah tinggi melainkan constan dan menurun. Hal yang sama juga dirasakan oleh mitra ke 2 yang bernama firman

Setelah diketahui kebutuhan permasalahan dan kebutuhan mitra maka selanjutnya dilakukan persiapan pelaksanaan kegiatan. Kami merencanakan langkah – langkah yang akan dilakukan. Diantaranya adalah persiapan penyuluhan, sosialisasi tentang manfaat dadiah ke sekolah, metode pembuatan produk olahan dadiah dan kegiatan pemasaran. Kegiatan penyuluhan dilakukan untuk memotivasi pedagang agar dapat mempertahankan bisnis olahan dadiah untuk melestarikan produk pangan lokal spesifik Sumatera Barat ini, dengan meningkatkan dan mengembangkan bisnis mereka melalui diversifikasi olahan dadiah selain ampiang dadiah. Selain itu kami juga melakukan kegiatan pelatihan dan percontohan pembuatan beberapa olahan dadih berupa esdadih, pudding, sauce dan jus dadih. Mitra juga terkendala dengan perluasan pasar dadih dan olhannya. untuk pembuatan olahan dadih ini kami merencanakan untuk membantu pengadaan alat-alat berupa kulkas, blender termos es, dan gelas jus. Begitu juga dengan permasalahan pemasaran. Selain itu untuk mempermudah pemasaran kami juga mempersiapkan 2 buah spanduk yang dipajang di kedai mereka sebagai wadah untuk informasi tentang aneka olahan dadiah.

Pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan yang pertama kali kami lakukan adalah pemahaman kepada pedagang olahan dadiah di pasar atas Bukittinggi, tentang tujuan kegiatan IbM ini. Kegiatan ini dihadiri oleh kedua mitra dan anggotanya sebanyak 9 orang. Selama kegiatan IbM berlangsung, dilakukan beberapa pendekatan untuk memotivasi mereka dalam berwirausaha. Serta dirancang model tugas pekerjaan yang dapat dilakukan oleh setiap personil bahkan bagi siapapun yang terlibat dalam proses produksi secara tentatif sesuai kebutuhan. Hal ini penting dilakukan agar proses produksi terjamin kualitasnya. Dari hasil diskusi, anggota termotivasi untuk meningkatkan usaha olahan dengan menambah menu baru pada usaha makanan dan minuman mereka. Disamping itu, dari hasil pengamatan dilapangan, motivasi anggota untuk meningkatkan usaha mereka sangat rendah disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan mereka, akibatnya pendapatan mereka juga tidak bertambah. Kemudian penyuluhan berikutnya mengenai manajemen pengembangan usaha. Hal ini dapat diketahui dari hasil pengamatan dilapangan dan hasil brainstorming dengan anggota kelompok kedua mitra. Materi penyuluhan yang diberikan adalah:

- a. Wirausaha, dimana materi ini bertujuan untuk memberikan motivasi kepada para pedagang olahan dadiah .
- b. Sosialisasi tentang manfaat dadiah
- c. Manajemen Pengembangan usaha
- d. metode pengolahan susu. Mitra diberikan materi tentang metode pembuatan olahan dadiah

a. Motivasi Berwirausaha

Materi motivasi berwirausaha diberikan oleh ibu Rahmi Wati, S.Pt,M.Si.. Materi ini perlu diberikan pada kegiatan penyuluhan, mengingat semangat anggota kelompok untuk mengembangkan usaha peternakan kerbau mulai menurun.. Selain itu para peternak mitra tidak punya pengetahuan dalam meningkatkan nilai tambah produk agar bisnisnya lebih menguntungkan.

Motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan tertentu, sehingga motivasi dapat diartikan sebagai pendorong perilaku seseorang. Motivasi orang melakukan bisnis, wirausaha sering

berbeda. Keanekaragaman ini menyebabkan perbedaan dalam perilaku yang berkaitan dengan kebutuhan dan tujuan.

Menjalankan sebuah usaha memang membutuhkan semangat dan tekad yang cukup kuat. Tanpa adanya motivasi dan semangat dari para pelakunya, bisa jadi usaha yang dijalankan tidak dapat mencapai puncak kesuksesan. Faktor inilah yang perlu diperhatikan para pelaku usaha, sebab hadirnya motivasi bisnis menjadi modal awal bagi mereka untuk merintis kesuksesan bisnisnya.

Untuk meningkatkan modal motivasi dalam diri pelaku usaha, berikut ini ada 4 motivasi sukses dalam menjalankan bisnis yang perlu Anda terapkan dari sekarang.

Pertama, tanamkan keinginan kuat untuk menambah pengetahuan dan kemampuan.

Salah satu motivasi yang paling dibutuhkan pelaku usaha adalah keinginannya untuk terus belajar dan menambah keterampilan. Seperti kita ketahui bersama, motivasi belajar menjadi modal awal bagi para pengusaha untuk mengembangkan raksasa bisnisnya. Karena itu, belajarliah dari orang-orang sukses di sekitar Anda, belajarliah dari kegagalan yang pernah Anda alami, dan belajarliah dari sumber ilmu yang tersedia di seluruh belahan dunia. Kedua, berani mengubah tantangan menjadi sebuah peluang.

Jika sebagian orang menghindari sebuah resiko, maka lain halnya dengan para pengusaha yang memandang sebuah resiko sebagai peluang baru. Tidaklah heran bila selama ini banyak pelaku usaha yang sukses menemukan ide bisnis baru dari permasalahan kecil yang mereka hadapi setiap harinya. Misalnya saja seperti peluang bisnis jasa laundry yang diangkat dari permasalahan masyarakat di daerah perkotaan yang cenderung memiliki tingkat kesibukan cukup tinggi, sehingga mereka membutuhkan jasa cuci atau laundry sebagai solusi untuk mempermudah rutinitas mereka sehari-hari.

Ketiga, berusaha menjadi nomor satu.

Sebagai seorang pelaku usaha, pastinya Anda dituntut untuk siap bersaing dan berusaha menduduki posisi pertama di setiap kesempatan. Dengan dorongan tersebut, para pelaku usaha termotivasi untuk terus berprestasi, meningkatkan produktifitasnya dan menciptakan inovasi baru untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin hari semakin sengit.

Keempat, tebal muka dan bermental baja.

Tak jarang para pelaku usaha harus banting tulang dan bekerja keras untuk merintis sebuah usaha. Bahkan terkadang mereka harus turun langsung ke lapangan untuk menawarkan produk-produk unggulannya dari satu rumah ke rumah konsumen lainnya. Kondisi inilah yang menuntut para pelaku usaha untuk memiliki mental baja dan tidak mudah menyerah dengan kendala yang menghadang di tengah jalannya usaha.

Dengan memiliki motivasi bisnis seperti di atas, diharapkan para peternak mitra bisa mengembangkan bisnisnya lebih pesat dan mendapatkan untung berlipat-lipat tiap bulannya. Pemberian materi motivasi ini mampu membangkitkan kembali semangat para peternak untuk lebih giat lagi dalam mengembangkan usahanya.

b. Dadih dan Manfaat nya

Sosialisasi tentang manfaat dadih bagi kesehatan ini di hadiri sebanyak 40 orang yang terdiri dari kedua mitra dan masyarakat. Dalam diskusi ini, masyarakat baru mengetahui tentang pentingnya konsumsi dadih bagi kesehatan, persepsi yang salah selama ini menganggap bahwa konsumsi dadiah dapat meningkatkan kolesterol dan menaikkan tekanan darah, setelah mengetahui manfaatnya dari staf ahli dari fakultas peternakan Unand, barulah mereka antusias untuk mengkonsumsi dadiah, apalagi setelah diberikan aneka olahan dadiah seperti, jus, sup buah dadiah, ampiang dadiah, dsb. Dibandingkan dengan yoghurt keberadaan dadih relatif belum dikenal masyarakat. Hal ini kemungkinan karena adanya anggapan bahwa dadih harus terbuat dari susu kerbau di dalam bambu, sehingga sulit untuk dikembangkan dalam skala yang lebih besar. Dadih memiliki tekstur padat, dengan kadar keasaman (pH) sekitar 3,4. Karakteristik dadih susu kerbau adalah sebagai berikut: kadar air (84,35%), protein (5,93%), lemak (5,42%), karbohidrat (3,34%). Komposisi gizi akan sangat tergantung dari kualitas susu yang digunakan. Materi tentang manfaat dadih ini antara lain menjelaskan tentang perbedaan antara dadiah dan yoghurt sebagai berikut :

Perbedaan yang menyolok antara dadih dengan yoghurt terletak pada konsistensi atau teksturnya. Yoghurt pada umumnya bersifat slurry (seperti pasta) atau padatan lunak, sedangkan dadih lebih keras, dan lebih kering.

Saat ini pengolahan dadih masih dikerjakan oleh industri rumah tangga pangan (IRTP). Penyebarannya juga masih sangat terbatas yaitu di propinsi Sumatera Barat terutama di daerah Bukit Tinggi, Agam , Payakumbuh dan di propinsi Riau. Belum berkembangnya industri pengolahan dadih di Indonesia kemungkinan dikarenakan beberapa faktor antara lain: (i) bahan baku susu kerbau, (ii) penggunaan bambu dan (iii) tidak tersedianya kultur untuk starter dadih

Sampai saat ini pembuatan dadih ditingkat peternak dilakukan secara tradisional dan belum ada standar cara pembuatannya . Oleh sebab itu dadih yang dihasilkan dari tiap daerah bervariasi mutunya . Kualitas dadih yang dihasilkan juga dipengaruhi oleh kualitas susu yang dipakai (Purnomo, 1996). Dadih Sumatera Barat dibuat dengan bahan dasar susu kerbau dengan mengandalkan jasad renik yang ada di alam sebagai inokulan tanpa menggunakan starter tambahan. Para peternak melakukan pengotahan dadih seperti yang dilakukan secara turun menurun tanpa mengalami perbaikan teknik pengotahannya (Sirait dkk.,1994) Pada dasarnya dadih termasuk produk fermentasi seperti kefir dan yoghurt (Sirait dkk.,1994) . Fermentasi dalam pembuatan dadih mengandalkan jasad renik yang ada alam sebagai inokulum . Mikroba tersebut diperkirakan berasal dari tabung bambu sebagai wadah (Zakaria dkk ., 1998), dapat juga dari daun pisang penutup tabung atau dari susu itu sendiri (Yudoamijoyo dkk ., 1983) .Namun sampai saat ini belum ada teknologi starter pengganti jasad` renik yang ada dalam tabung bambu sehingga kita tidak bisa memberikan teknologi kemasan dadih ini dalam bentuk cup plastik atau sebagainya.

Pada umumnya dadih dimanfaatkan sebagai [auk pauk, makanan selingan dan sebagai obat-obatan tradisional (Sugitha, 1995). Namun sebagai produk susu yang difermentasi bakteri asam laktat manfaat dadih lebih dari sekedar makanan . Bakteri asam laktat sudah digunakan sejak lama pada produk-produk susu dan efek imunitasnya menjadikan produk ini berguna untuk kesehatan manusia . Bakteri asam laktat dapat berasal dari saluran pencernaan manusia, produk-produk susu dan secara alamiah terdapat juga pada tanaman tertentu . Beberapa species digunakan secara komersial untuk memproduksi susu fermentasi dan produk daging . Dalam dadih sendiri bakteri asam laktat yang telah berhasil diisotasi berjumlah sebanyak 36 strains (Surono dkk . 1983, Husono dkk . 1989), yang sebagiannya bersifat probiotik. Bakteri asam laktat akan menghasilkan asam laktat dan senyawa-

senyawa lain dari metabolisme karbohidrat . Asam laktat sebagai produk utama dari metabolisme karbohidrat mampu meningkatkan keasaman sehingga mampu menghambat bakteri asidurik . Senyawasenyawa lain yang dihasilkan oleh bakteri asam laktat seperti hidrogen peroksida dan bakteriosin mempunyai potensi sebagai anti mikrobial (Rahayu, 1996) . Berdasarkan mekanisme anti karsinogen, bakteri probiotik memperlihatkan kemampuan dalam menekan pertumbuhan tumor dan meningkatkan sistem imun saluran pencernaan, menekan aktivitas enzim prokarsinogen di fekal, serta mengeliminasi senyawasenyawa prokarsinogen/mutagen (Prangdimurti, 2001) sehingga dengan mengkonsumsi dadih, efek imunitasnya dapat langsung dimanfaatkan (Zakaria, 2002) . Sebagai contoh *L. Casei* subsp *Casei*, *L. Paramesenteroides*, *Enterococcus faecalis* subsp *liquafaciens*, *L. Lactis* subsp *Lactis* memperlihatkan antimutagenik dan mampu menurunkan kadar kolesterol darah secara invitro sebesar 34 % (Surono dan Husono, 1996) Efek menguntungkan lainnya bagi kesehatan tubuh manusia dari aktifitas probiotik bakteri asam laktat adalah mampu mengurangi laktosa intoleran, mengurangi diare, menstimulasi kekebalan tubuh dan membantu absorpsi mineral ke dalam tubuh (Yulianto, 2005) . Setelah ditemukan manfaat ganda dadih ini, maka dadih memenuhi persyaratan sebagai produk pangan fungsional (Esti Widjayanti dkk., 2004) yaitu pangan yang karena kandungan komponen aktifnya dapat memberikan manfaat bagi kesehatan, dituntut manfaat yang diberikan oleh zat-zat gizi yang terkandung didalamnya (Muchtadi, 1996). Materi ini disampaikan oleh Dr.Ir.Elly Roza, MP.

Penyuluhan tentang manajemen usaha olahan dadih

Untuk mengembangkan bisnis, harus terlebih dahulu mengembangkan potensi dan motivasi dari pembisnisnya itu sendiri, Pertama pertinggi keberanian menghadapi resiko dalam berbisnis, melalui uji coba produk maupun jasa yang inovatif, uji coba pemasaran yang kreatif, uji coba memformulasikan organisasi yang efisien dan efektif. Kedua, kembangkan sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh anda sebagai pembisnis, melalui pengembangan dari keilmuan, hobi, ketrampilan, dll, guna meningkatkan kualitas dan mutu dari produk dan jasa yang akan diluncurkan. Ketiga, bentuk jaringan dan relasi yang sangat luas, bisa jadi relasi dan jaringan tersebut yang akan memback-up segala kekurangan anda

kedepan dalam berbisnis. Keempat mengumpulkan modal melalui pemanfaatan aset orang-orang disekitar anda agar dapat mempercepat akselerasi bisnis anda.

Setelah mental anda terbentuk dengan baik maka baru menggunakan strategi Generik ala M. Porter : Pertama "Low Cost" produk atau jasa yang akan anda jual harus bisa berkompetitif dengan produk dan jasa dipasaran, ini semua bisa terealisasi jika anda melakukan proses produksi yang efisien dan efektif dan mencari sumber-sumber pemasok utama, tanpa melalui banyak perantara. Kedua "Defrensiation" buatlah produk dan jasa yang unik atau sangat berbeda dengan produk dan jasa yang sudah ada dipasaran, buat juga semenarik mungkin sesuai dengan harapan konsumen. Ketiga "Focus" ciptakan produk dan jasa yang betulbetul fokus, tidak mudah berubah khususnya dari kalangan pembisnisnya dan jika dilakukan secara konsisten terhadap produk atau jasa tertentu justru akan menjadi keunggulan tersendiri dari pada produk yang kita jual dari pada beraneka ragam produk atau jasa yang akan kita jual. Kemudian jika mau dikembangkan lagi juga bisa menggunakan strategi pemasaran atau sering disebut dengan Marketing Mix. Strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai. Jadi menangani bisnis anda yang sedang lesu bisa jadi karena faktor marketing mix-nya. Sebagai contoh, untuk memulai usaha baru yang target pasarnya adalah untuk kalangan menengah ke atas, petunjuk dan kebijakan yang mendasari strategi pemasaran lebih diorientasikan pada pembentukan citra kualitas terbaik.

Diantaranya adalah sebagai berikut

- (1) Pendapatan harga yang tertinggi dan rentang (perbedaan harga tertinggi dan terendah) yang sempit guna memberikan citra eksklusif.
- (2) Produk ditetapkan untuk menawarkan standar kualitas dan pelayanan yang sangat spesial berikut cakupan garansi yang istimewa.
- (3) Penggunaan media dan isi iklan yang membangkitkan citra eksklusif dan berkualitas tinggi.

Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran (marketing mix),

dalam hal ini disesuaikan dengan pertanyaan sahabat yaitu berkenaan dengan bisnis yang kecilkecilan misal bisnis bakso, yang terdiri dari :

(1). Product (produk) : barang/jasa yang akan ditawarkan harus dalam kondisi prima, kalitas baik, kemasan menarik, mereknya sudah cukup dikenal, pelayanan baik, garansi dan jaminan halal, keanekaragaman bakso, dan semua itu ditulis dalam brosur, pamflet spanduk tetapi harus sesuai dengan kenyataan mutu yang sebenarnya.

(2). Price (harga) yang ditawarkan : adanya daftar harga bakso, adanya potongan harga diwaktu-waktu tertentu, pilihan dan diskontonya, fleksibilitas pembayarannya, kala perlu bisa dikredit misalnya, dan harga tersebut harus kompetitif dengan penjual bakso lainnya.

(3) Promotion (promosi), yang terdiri dari promotion mix atau bauran promosi (iklan, personal selling, promosi penjualan, publikasi, dan public relation), semuanya sangat bergantung waktu promosi, media apa yang digunakan, pemberian motivasi bagi para anggota marketing, tentunya dengan cara yang islami dengan menghindari hal-hal yang berbau porno grafi, porno aksi, berbohong dan Machiavelis.

(4). Placment (saluran distribusi) yang digunakan (grosir, distributor, pengecer) agar produk tersebut tersedia dan mudah didapat bagi para pelanggan. Dalam distribusi juga perlu diperhatikan misalnya lokasi toko atau distributornya, gedung, transportasi, logistik, tingkat pelayanannya dll.materi ini disampaikan oleh Prof.James Hellyward.

4.2.4. Kegiatan Perbaikan Pemasaran

Selama kegiatan IbM, kelompok usaha bisnis telah didorong untuk mulai membuka diri untuk melakukan promosi lebih intensif dengan mengembangkan media promosi seperti brosur yang disebarakan kepada target pelanggan seperti instansi, sekolah.. Dari diskusi disarankan kepada pemilik untuk memberikan identitas pada produk yang dijual, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenali produk yang dihasilkan mitra, sebagaimana yang dikatakan Kotler (2000) bahwa merek merupakan bagian dari produk yang membuat konsumen mudah mengingat, merek yang berhasil adalah merek yang mudah dikenal atau memeilki bran recorgnize yang tinggi. Untuk memperluas pasar olahan dadih ini, kami telah melakukan :

1. Sosialisasi di sekolah- sekolah tentang manfaat dadih serta memberikan beberapa olahan dadih ini secara gratis kepada anak-anak tersebut. Tanggapan mereka sangat senang, karena mereka selama ini tidak mau makan dadih karena rasa dan aromanya tidak disukai.
2. Sosialisasi di fakultas peternakan khususnya pada mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan tentang produk dan olahan dadiah
3. Perluasan informasi tentang keberadaan olahan dadiah yang hanya dapat ditemui di kedai H.Minah ini di Pasar Atas Bukittinggi dengan media sosial seperti, facebook, instagram, Line dsb.
4. Disamping itu, kami juga telah menyebarkan brosur-brosur ke masyarakat setempat tentang manfaat konsumsi dadih bagi kesehatan.
5. Untuk mengatasi masalah keterbatasan pedagang olahan dadiah, kami juga memberikan 2 unit kulkas dan 2 unit blender serta 4 lusin unit gelas jus serta bahan baku berupa pengadaan dadiah, aneka buah-buahan, gula dan susu.

4.3. Pendapatan

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah peningkatan penjualan aneka olahan dadiah. Perbandingan pendapatan yang mereka peroleh setelah kegiatan ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel . Penerimaan penjualan olahan dadiah per hari

No	Olahan Dadiah	Harga	Quantitats/hari	Penerimanaan
1	Ampiang Dadiah	12.500	10	125.000
2	Jus Dadiah	15.000	15	150.000
	Pudding	5.000	12	60.000
3	Es Buah Dadiah	17.500	10	175.000
	Jumlah			510.000

Dari Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa sebelum adanya kegiatan Ibm mitra hanya menjual ampiang dadiah saja dengan penerimaan penjualan setiap harinya

rata-rata 250.000 (rata-rata terjual 20 porsi ampiang dadiah dengan harga @Rp.12.500). Namun dengan menambah menu baru setelah kegiatan Ibm, maka penerimaan penjualan mereka naim 100% sebesar 510.000/hari.

4.3. Kegiatan Pembinaan

Pembinaan selanjutnya dilakukan secara berkala, pemantauan tentang omset penjualan olahan dadih yang diberikan, update tentang berita kepuasan pelanggan tentang olahan dadih dan pemantauan tentang kualitas produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan laporan kegiatan yang telah dipaparkan, berikut ini beberapa kesimpulan yang bisa dihasilkan.

1. Kedua kelompok usaha pengolah dadiah dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan melakukan diversifikasi produk olahan dadiah. Rata-rata penjualan setiap harinya naik 70%
2. Iklan di Media sosial serta brosur telah dilakukan untuk pemasaran kedua kelompok mitra menjadi lebih baik, dan sudah menerapkan konsep manajemen pemasaran yang strategis.
3. Kedua kelompok mitra termotivasi untuk pengembangan usaha. Kegiatan pelatihan motivasi wirausaha mampu meningkatkan jiwa *entrepreneurship* para produsen dadih sebagai upaya menunjang kegiatan pengembangan kelompok usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S.1990. Manajemen Pemasaran: Dasar,Konsep dan Strategi.Rajawali Press.Jakarta
- Dinas Peternakan Sumatera Barat, 2010.
- Esti Widjayanti, B . Haryanto dan W . Sumaryono . 2004 . Potensi dan prospek pangan fungsional Indigenous Indonesia . Seminar Nasional Pangan Fungsional Indigenous Indonesia : Potensi, Regutasi, Keamanan, Efikasi dan Peluang pasar . Bandung, 6-7 Oktober 2004: 9 hat .

- Kotler, P. 2000. Marketing Management. The Millenium Eddition. Prentice Hall. Upper Sadle River
- McCharty, J and William D. Pereault. 1990. Basic, Marketing. Richard D. Irwin, Inc. USA
- Siagian, S. 1998. Managemen Strategi. Bumi Aksara. Jakarta
- Sirait, CH., H. Setiyanto, Triyantini dan R. Sunarlim. 1994. Evaluasi mutu dadih. Prosiding Seminar Sain dan Teknologi Peternakan. Pengolahan dan Komunikasi Hasil-hasil Penelitian. Buku I. Ciawi-Bogor 25-26 Januari 1994. Balai Penelitian Ternak, Puslitbangnak, Litbang Pertanian. Hat : 275280
- Standar Nasional Indonesia (SNI). 1998. Badan Standarisasi Nasional-BSN, Jakarta.
- SUGHITA, I-MADE. 1998. Teknologi Pembuatan Dadih. Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang
- WIRDAHAYATI, R.B. 2005. Pemanfaatan limbah jagung sebagai pakan ternak. Disampaikan pada Acara Pelatihan Pemandu Lapangan I (Penyuluh Pertanian Lapangan) Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumatera Barat untuk Tanaman Jagung dan Kedele. BLP Bukittinggi, 8 – 11 Agustus 2005.
- WIRDAHAYATI, R.B. 2006. Produktivitas ternak kerbau penghasil dadih di Sumatera Barat. J. Ilmiah TAMBUA Universitas Mahaputra Muhammad Yamin. V(1).
- Zakaria, Y. 2002. Aktivitas mitogen dari polysakorida yang diproduksi oleh bakteri asam laktat yang diisolasi dari dadih. Prosiding Seminar Teknologi Peternakan dan Veteriner. Ciawi-Bogor. 30 September - 1 Oktober 2002. Hat : 95-98.