

PENGEMBANGAN PRODUK BIR PLETOK SEBAGAI MINUMAN TRADISIONAL KHAS BETAWI MELALUI KEMASAN DAN PEMASARAN ONLINE

Darna¹⁾, Iwan Susanto²⁾, Tyas Maheni³⁾

¹⁾ Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Kampus Baru UI Depok 16425

²⁾ Jurusan Teknik Mesin Politeknik Negeri Jakarta, Kampus Baru UI Depok 16425

³⁾ Jurusan Teknik Grafika Politeknik Negeri Jakarta, Kampus Baru UI Depok 16425

ABSTRACT

The main problem faced by UKM Beer Pletok, North Sukabumi Sub-district, Kebon Jeruk District, West Jakarta, is in terms of marketing products that are still traditional, where business actors only produce based on orders, do not package products properly but sell in large flasks based on orders, do not have business legality, do not have a halal certificate and marketing is limited to the area of North Sukabumi, Kebon Jeruk only. The results of business growth are slow and it is difficult to compete with other products. The service program carried out by the Jakarta State Polytechnic Desemination Team has the aim of producing packaged pletok beer and marketing pletok beer products online. The methods used are interviews, training and mentoring. The sample was determined based on a purposive sampling of expert judgment in which the Village Apparatus selected 15 SME beer pletok as training participants for packaging and online marketing. The results of the training and mentoring of SME Beer Pletok succeeded in making products with good packaging and selling products online

Keyword: *UKM, product marketing, pletok beer, online marketing, order production*

1. PENDAHULUAN

Kelompok UMKM merupakan salah satu penopang ekonomi di Indonesia, termasuk ekonomi di Kelurahan Sukabumi Utara kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat. Hal ini terjadi karena bisnis UMKM mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Segmen ini menyerap 96,18 persen tenaga kerja Indonesia (BPS 2020). Dari data tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar tenaga kerja Indonesia bergerak di sektor informal. Sudah sepatutnya Pemerintah pusat maupun daerah memberikan perhatian besar lewat kebijakan-kebijakan yang dapat membantu sektor ini lebih berkembang.

Kelurahan Sukabumi Utara merupakan kawasan sentra perdagangan bunga yang sangat terkenal di Jakarta yaitu Pasar bunga Rawa Belong. Hanya saja tidak semua penduduknya berbisnis bunga, sebagian warga yang merupakan keturunan suku Betawi memiliki usaha mikro yang dikelola secara tradisional. Salah satu produk unggulan dari UMKM di daerah ini adalah Bir Pletok. Minuman berwarna merah ini, terbuat dari bahan utamanya adalah kayu manis, jahe, sereh, cengkeh dan kayu secang. Bir pletok sebagai minuman tradisional khas Betawi digunakan sebagai salah satu menu pada industri pariwisata, menyambut tamu kehormatan pada acara seremonial dan acara-acara pentas seni budaya.

Pelaku usaha bir pletok memasarkan produknya masih bersifat tradisional, dimana produksi dilakukan hanya saat ada pesanan. Produk dijual dalam kemasan besar sesuai jumlah pesanan, tanpa pemberian merek dan tidak menyertakan unsur-unsur yang seharusnya ada pada suatu kemasan seperti elemen-elemen visual yang menyertai kemasan dalam bentuk gambar, tulisan, warna. Selain itu produk juga tidak memiliki identitas merek seperti logo, mascot, slogan, ukuran dan kandungan produk serta manfaat produk. Menurut (Mukhtar, 2015), kemasan memiliki banyak peran seperti sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen, sebagai alat komunikasi yang mudah dipahami konsumen serta untuk memenangkan persaingan.

Suatu produk termasuk bir pletok akan tampak menarik apabila dikemas dengan desain dan dilengkapi dengan elemen-elemen penting menyangkut informasi produk. Bir pletok sebagai minuman kesehatan dan minuman tradisional khas Betawi akan sangat informatif apabila dikemas secara baik dan dilengkapi berbagai informasi seperti informasi nilai gizi, komposisi, cara pemakaian, kode BPOM Ri, logo halal serta tanggal kadaluarsa produk. Kemasan juga membuat produk lebih tahan lama, terlindungi dari pencemaran serta menjadi pembeda dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh UMKM lainnya.

UMKM bir pletok di Kelurahan Sukabumi Utara tidak pernah memperkenalkan produknya kepada konsumen, sehingga jumlah pelanggan yang melakukan pemesanan tidak banyak bertambah. Promosi hanya dilakukan secara alamiah yaitu dari pelanggan ke konsumen baru yang sedang membutuhkan bir pletok.

¹ Korespondensi penulis: Darna, 081932421764, iwan.sutanto@mesin.pnj.ac.id

Pandemi covid 19 yang dihadapi dunia termasuk Indonesia, membuat pemasaran bir pletok terhambat. Pelanggan kesulitan mendatangi UMKM secara langsung

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM bir pletok di Kelurahan Sukabumi Utara Kebon Jeruk Jakarta Barat, maka rumusan permasalahannya adalah “Bagaimanakah mengembangkan UMKM bir pletok dengan menggunakan kemasan yang menarik dan memasarkan produk secara online”. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah melakukan pelatihan dan pendampingan membuat kemasan yang menarik dan memasarkan produk secara online. Diharapkan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh team pengabdian dapat membuat UMKM bir pletok berkembang pesat dan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat di Kelurahan Sukabumi Utara Kebon Jeruk Jakarta Barat.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Program pengabdian masyarakat menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Survei lapangan (*field research*), dengan pendekatan kualitatif, dilakukan agar dapat menggambarkan realitas fenomena UMKM bir pletok Kelurahan Sukabumi Utara kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat. Populasi adalah seluruh UMKM di kelurahan tersebut, sedangkan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan *expert judgement*, Aparatur Kelurahan menentukan 15 UMKM sebagai sampel sekaligus peserta pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan dan pemasaran online. Data yang digunakan adalah data primer dari wawancara, sedangkan data sekunder dari *literature* dan jurnal. Teknik pengumpulan data dengan metode observasi yaitu melalui pengamatan dan wawancara secara langsung. Data juga diperoleh melalui kuesioner dan dokumentasi berupa foto.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Pengetahuan Responden Tentang Pentingnya Kemasan

No	Manfaat Kemasan Produk	Jawaban Benar
1	Kemasan dapat melindungi produk dari pencemaran	50%
2	Kemasan yang baik membuat produk berfungsi maksimal	40%
3	Pada Setiap kemasan produk, terdapat banyak informasi tentang produk	30%
4	Membaca informasi pada kemasan sangat penting bagi konsumen	40%
5	Kemasan yang baik adalah kemasan yang nyaman ketika digunakan konsumen	30%
6	Kemasan menjadi pembeda dengan produk pesaing	40%
7	Kemasan yang tepat akan menghindari kerusakan pada produk	40%
8	Kemasan yang bagus akan memberikan kesan produk berkualitas	50%
9	Kemasan yang bagus akan memberi kesan produk elegan	30%
10	Kemasan produk membantu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk	30%

Tabel 1 menunjukkan tingkat pengetahuan responden terhadap pentingnya kemasan produk masih rendah. Jawaban benar responden tertinggi yaitu sebesar 50% hanya pada 2 pernyataan yaitu kemasan melindungi produk dari pencemaran dan kemasan yang bagus akan memberi kesan produk tersebut

berkualitas. Jawaban responden dengan tingkat kebenaran terendah yaitu 30% diberikan pada pertanyaan antara lain: kemasan memberikan banyak informasi, kemasan yang baik akan nyaman digunakan, kemasan bagus memberikan kesan elegan dan kemasan dapat membantu konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk.

Secara keseluruhan dari 10 item pertanyaan dan pernyataan di atas, ternyata responden hanya mampu menjawab secara benar dengan nilai rata-rata sebesar 38%. Padahal menurut penelitian yang dilakukan oleh Mufreni (2016) bentuk kemasan dan bahan (material) kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal yang sama didapat dari penelitian Nurjanah (2019) yaitu kemasan produk memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen atau pelanggan.

KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BIR PLETOK

Bir pletok adalah minuman tradisional khas Betawi. Minuman sehat yang terbuat dari aneka rempah ini, sudah dikenal sejak jaman penjajahan. Terdapat cukup banyak usaha mikro bir pletok di kelurahan Sukabumi Utara Kebon Jeruk Jakarta Barat, dengan kondisi yang berbeda-beda. Sebagian usaha bir pletok sudah maju, salah satunya adalah Beer Pletok Bang Jafar, sementara masih banyak UKM beer pletok yang masih memasarkan secara tradisional, tanpa kemasan dan dijual dalam kemasan besar sesuai jumlah pesanan. Tidak ada usaha promosi untuk mencari pelanggan baru, pengusaha hanya menunggu pesanan.

Gambar 1. Usaha Bir Pletok Yang sudah Berkembang



Gambar 2. Usaha Beer Pletok Masih Tradisional Tanpa Kemasan.



Pada Program Pengabdian Masyarakat ini, team pengabdi mendampingi UMKM bir pletok membuat kemasan yang menarik, elegan, melindungi produk dari kerusakan dan memberikan kesan produk memiliki kualitas tinggi. Hal terpenting dari program pelatihan dan pendampingan UMKM bir pletok adalah mengedukasi pemilik agar memiliki pola pikir bahwa kemasan adalah hal yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan produk. Menjual bir pletok dalam kemasan atau wadah besar sesuai jumlah pesanan sangat merugikan. Hal ini bisa saja pembeli yang mengemas produk tersebut dalam kemasan yang cantik dan kemudian menjual dengan harga yang lebih tinggi.

Proses edukasi kepada pelaku UMKM bir pletok berjalan dengan baik. Peserta antusias dan berpikiran terbuka. Alasan utama pelaku UMKM selama ini menjual produk tanpa kemasan dan tanpa merek, karena tujuan utamanya adalah produk bir pletok yang diproduksi dapat terjual secara cepat dan dalam jumlah yang banyak. Pelaku UMKM bir pletok tidak terlalu memikirkan apakah setelah bir pletok yang dijual dalam jumlah besar tersebut nantinya akan dikemas ulang dan diberi merek oleh pemesan, yang terpenting adalah

usaha mereka tetap bisa bertahan. Tidak terpikirkan untuk mengembangkan usaha keluarga yang telah turun temurun tersebut. Proses edukasi yang dilakukan oleh team pengabdian mampu membuka wawasan pelaku UMKM. Pendampingan oleh team pengabdian secara perlahan dapat memotivasi dan menginspirasi pelaku UMKM untuk mulai merancang dan membuat desain kemasan produk bir pletok, sehingga diharapkan konsumen yang datang merasa puas.

Gambar 3. Contoh Logo



Gambar 4. Contoh Kemasan Minuman



Desain kemasan sangat penting, karena konsumen ketika membeli suatu produk akan menilai kemasan terlebih dahulu. Kemasan yang baik memiliki beberapa persyaratan antara lain (Mulijani, 2021): a) kemasan memiliki aspek perlindungan pangan baik kandungan nutrisinya, cita rasa, melindungi dari kontaminasi yang menyebabkan kerusakan. b) Aspek pemasaran seperti mempertahankan kualitas, memperbaiki tampilan, identifikasi produk, informasi komposisi dan promosi. c) Halal dan thoyyib.

Bir pletok yang masuk katagori minuman sehat, harus dapat memberi jaminan keamanan kepada konsumen. Jaminan tersebut dapat diwujudkan oleh pelaku UMKM dalam bentuk mencantumkan izin BPOM pada kemasan. BPOM atau Badan Pengawas Obat dan Makanan memiliki peran untuk menjaga kepercayaan masyarakat atau konsumen terhadap makanan yang beredar di pasar. Obat dan makanan yang telah mendapat izin edar dari BPOM, akan memberikan rasa aman pada konsumen. Hal ini dikuatkan oleh penelitian dari Angriawan (2019) dikatakan pengawasan yang ketat dari BPOM sangat dibutuhkan untuk mengawasi beredarnya makanan termasuk makanan impor. Agar pengawasan berjalan secara efektif, dibutuhkan sarana dan prasarana pendukung, tenaga ahli serta kerjasama yang kuat dengan instansi lain.

Selain mencantumkan izin BPOM, pada kemasan produk juga harus terdapat label yang memuat informasi tentang produk. Setiap pelaku usaha pangan wajib mencantumkan label pada kemasan. Kewajiban tersebut sesuai dengan pasal 2 peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) no 31 tahun 2018 tentang llabel Pangan. Dalam label tersebut termuat : 1) nama produk, 2) daftar bahan yang digunakan oleh produk, 3) berat bersih produk, 4) nama dan alamat perusahaan yang memproduksi produk, 5) sertifikat halal, 6) tanggal dank ode produksi, 7) tanggal kadaluarsa, 8) nomor izin edar, 9) asal usul bahan pangan tertentu (Dharmawan, 2020).

PEMASARAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BIR PLETOK

Pandemi Covid-19 membuat konsumen beralih ke pembelian secara online. UMKM bir pletok harus mengikuti perubahan ini apabila tetap ingin menembangkan usahanya. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh team pengabdian berusaha memperkenalkan sistem penjualan secara online. Praktek dan langkah-langkah sederhana dalam membuat toko online dilakukan oleh UMKM bir pletok.

Penggunaan teknologi internet seperti pemasaran daring, memiliki beberapa manfaat (Febriani, 2020): 1) mengubah persepsi tradisional dalam menjalankan sebuah bisnis menjadi bisnis yang lebih modern. 2) Tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. 3) Akses untuk mendapatkan lebih banyak informasi yang dapat membantu dalam membuat keputusan. 4) Akses untuk mengetahui produk dan layanan yang luas jangkauannya. Penelitian dari Joe (2016) mengatakan UMKM sangat potensial untuk dikembangkan dengan menggunakan bisnis online. Pertumbuhan dapat mencapai 25 persen per tahun. 81% UMKM mengalami peningkatan usaha dan naiknya profit, 30 % mengalami peningkatan jumlah tenaga kerja sebanyak 25%. Hal ini sangat membantu dalam mengurangi pengangguran di Indonesia.

4. KESIMPULAN

UMKM bir pletok yang masih memasarkan produknya secara tradisional tanpa kemasan yang baik dan tanpa menggunakan pemasaran online, mampu diubah oleh team pengabdian Diseminasi Politeknik Negeri Jakarta. Pada saat ini pelaku UMKM mulai menjual bir pletok dengan aneka kemasan yang menarik dan berbeda antara satu UMKM dengan UMKM lainnya dan mencoba membuka toko secara online. Diharapkan perubahan ini dapat meningkatkan penjualan bir pletok di Kelurahan Sukabumi Utara Kebon Jeruk Jakarta Barat dan pada akhirnya mampu meningkatkan perekonomian masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mukhtar, 2015, Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen, Jurnal Sosial Humaniora vol 8 no 2.
- [2] Mufreni, 2016, Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen, Jurnal Ekonomi Manajemen vol 12 no 2
- [3] Nurjanah, 2019, Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa Terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian Pelanggan, Jurnal Ilmu Manajemen vol 9 no 2
- [4] Mulijani, 2021, Kemasan Plastik dan Aspek Kehalalan, LPPOM MUI, <https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/kemasan-plastik-dan-aspek-kehalalannya>.
- [5] Angriawan, 2019, Efektivitas Pengawasan Badan Pengawasan Obat dan Makanan Terhadap Peredaran Makanan Impor Oleh Pedagang UMKM, Journal of Government Civil Society vol 3 no 1
- [6] Dharmawan, D Julio, 2020, Apa Saja Yang Harus Dicantumkan Dalam Label Kemasan Pangan Olahan, Smart Legal.id, <https://smartlegal.id/hki/merek/2020/06/03/apa-aja-sih-yang-harus-dicantumkan-dalam-label-kemasan-pangan-olahan/>.
- [7] Febriani, 2020, Manfaat Internet Marketing Untuk Bisnis, Modal Rakyat.com
- [8] Joe, 2016, Bisnis on line alasan kenapa perlu memulainya, <https://www.dewaweb.com>

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Pimpinan BRIN yang sudah mendanai kegiatan Program Diseminasi PNJ tahun 2021.
2. Komisi VII Anggota DPRRI Bapak Abraham Lunggana SH, yang telah Merekomendasi kegiatan diseminasi PNJ tahun 2021.
3. Kepada Direktur Politeknik Negeri Jakarta yang selalu support kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.
4. Kepada Ka. UP2M PNJ yang memfasilitasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.
5. Kepada Mitra Pengabdian masyarakat
6. Kepada Tim Pengabdian Khususnya Diseminasi