

Modifikasi Dan Inovasi Olahan Ringan Bakso Ayam Menjadi Keripik Basreng

Fitriani¹, Nia Ramadani², Nur Afilah³, Sarinayanti⁴ Samsinar⁵

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palopo

Email :¹ fitrhyanhfitry@gmail.com ² filanurafila2002@gmail.com ³ niarmdni1510@gmail.com

⁴ sarinayanti441@gmail.com ⁵ Samsinarlukman83@gmail.com

Abstract

Meatballs are one of the most popular processed meat products in Indonesia, especially among young people because they contain protein, minerals, vitamins, and good taste. Fried meatballs or commonly referred to as basreng are snacks made from chicken meatballs that are thinly cut and then fried. Usually basreng is served with sliced orange leaves and spicy spices. The purpose of making snack products made from basreng is to make new modifications by turning meatballs into viral basreng chips and innovation among young people to form a micro, small and medium enterprise (MSME) specifically selling basreng, by looking at the condition of sales of basreng chips in Palopo City is still quite limited. Methods (PKM-K) are input, process, output, and evaluation. The results of the implementation show that the basreng team is able to make processed basreng products that can be of selling value and are able to increase our skills and creativity in marketing this basreng product

Keywords: Basreng, Innovation, UMKM Digital Marketing, PKM-K.

Abstrak

Bakso adalah salah satu produk olahan daging yang paling populer di Indonesia, terutama dikalangan anak muda karena mengandung protein, mineral, vitamin, dan rasa yang enak. Bakso goreng atau biasa disebut dengan basreng merupakan makanan ringan yang terbuat dari bakso daging ayam yang dipotong tipis dan kemudian digoreng. Biasanya basreng disajikan dengan irisan daun jeruk dan bumbu pedas. Tujuan Pembuatan produk makanan ringan yang terbuat dari basreng untuk membuat modifikasi baru dengan mengubah bakso menjadi keripik basreng yang viral dan inovasi dikalangan anak muda untuk membentuk sebuah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang khusus penjualan basreng, dengan melihat kondisi penjualan kripik basreng yang ada pada kota palopo masih cukup terbatas. Metode (PKM-K) adalah input, proses, output, dan evaluasi. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa tim basreng mampu membuat produk olahan basreng yang dapat bernilai jual serta mampu menambah keterampilan dan kreativitas kami dalam memasarkan produk basreng ini.

Kata Kunci: Basreng, Inovasi, UMKM, Digital Marketing, PKM-K.

Accepted: 2024-02-22

Published: 2024-04-30

PENDAHULUAN

Sebagai kalangan anak muda pendidikan merupakan penentu dari sebuah keberhasilan pembangunan baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Selain itu, tidak dapat dipungkiri bahwa wirausaha juga memiliki peran yang penting dalam kemajuan suatu daerah. Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah jika tidak dikelola dengan baik maka akan terbuang dengan percuma, maka dari itu perlu adanya orang-orang berjiwa usaha yang memiliki kreativitas dan inovatif dalam memanfaatkan peluang tersebut. Untuk itu, kami dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah palopo ingin menciptakan modifikasi dan inovasi terbaru di Sekitar Kampus yaitu "Modifikasi Dan Inovasi Olahan Ringan Bakso Ayam Menjadi Keripik Basreng" yang bahan utamanya dari bakso ayam (Mutia Putri et al., 2021).

Tujuan dari program Kreativitas Mahasiswa (PKM-K) ini adalah untuk meningkatkan semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Iftita et al., 2024). Dalam kegiatan ini dapat menjadi wadah diskusi efektif untuk mencari minat mahasiswa agar lebih memahami dan aktif dalam tahapan

pengusulan PKM-K (Hasanah & NG Ratumbusang, 2017). Dengan memanfaatkan kegiatan pkm-k ini mahasiswa dapat mempelajari cara membuat olahan kripik basreng sehingga dapat menjadi produk yang digemari oleh semua kalangan generasi z dan kaum milenial (Hastalona & Asih, 2021).

Bakso merupakan salah satu bahan pangan yang terbuat dari daging ayam, daging sapi, dan daging ikan yang umumnya dibentuk menjadi bulatan-bulatan menyerupai bola namun, kali ini diolah menjadi kripik basreng. (Radiyah & Agosto, 2010). Bakso juga Salah satu makanan yang digemari di kalangan masyarakat, karena rasanya enak dan dapat dimakan oleh berbagai kalangan. Selain itu pembuatan bakso yang cukup mudah dan ditinjau dari segi nilai gizi yang tinggi (Firmansyah, 2020).

Pada umumnya bakso diolah menjadi beragam hidangan seperti bakso kuah, bakso panggang, sate bakso, tumis bakso dan beragam hidangan bakso lainnya. Namun kali ini, bakso yang dipergunakan untuk membuat kripik basreng pada produk kami ialah bakso ayam yang akan diolah menjadi kripik bakso viral. Daging ayam dikenal memiliki kandungan gizi yang cukup baik karena mengandung protein, air, mineral dan vitamin. Selain itu, daging ayam memiliki rasa dan aroma yang enak dan disukai banyak orang sehingga daging ayam dapat diolah menjadi berbagai macam olahan makanan. Bakso goreng atau yang biasa disingkat dengan basreng merupakan makanan ringan yang terbuat dari olahan bakso yang diiris tipis-tipis kemudian digoreng Basreng juga dapat disajikan dengan taburan bumbu pedas dengan tingkat kepedasan yang bervariasi. Selain varian pedas ada juga rasa lain diantaranya barbequiu, sambal balado, jagung manis dan sebagainya tergantung selera.(Ahmad Jupri et al., 2021).

Tujuan dalam membuat produk makanan dari olahan basreng ini untuk memberi inovasi baru untuk masyarakat melalui kripik basreng menjadi makanan yang lebih modern. Produk basreng ini terdapat inovasi terhadap varian rasa yaitu pedas. Setelah dilakukan pengemasan, maka ditambahkan logo produk sebagai inovasi untuk membuat tampilan produk lebih mewah dengan memiliki brandnya sendiri sehingga membuat produk tersebut lebih dikenal oleh masyarakat luas dikarenakan logo merupakan salah satu media iklan yang cukup ampuh. Tujuan lainnya juga adalah agar produk terlihat menarik dan mudah dikenal luas oleh masyarakat sehingga berdampak pada peningkatan jumlah produksi dan omset(Marewa et al., 2021)

Basreng adalah salah satu UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu wadah pemasaran untuk produk jasanya. Basreng mencatat penjualan yang relatif meningkat setiap harinya terlebih saat menerapkan pemasaran di media sosial.(Waqid Kurniawan et al., 2021). Basreng adalah makanan ringan terbuat dari bakso ikan yang di goreng. Keunggulan dari basreng ini ialah tidak berbau tengik (busuk, bahasa Jawa).

Tujuan dalam membuat produk makanan dari olahan basreng ini untuk memberi inovasi baru untuk masyarakat melalui kripik basreng menjadi makanan yang lebih modern. Produk basreng ini terdapat inovasi terhadap varian rasa yaitu pedas. Setelah dilakukan pengemasan, maka ditambahkan logo produk sebagai inovasi untuk membuat tampilan produk lebih mewah dengan memiliki brandnya sendiri sehingga membuat produk tersebut lebih dikenal oleh masyarakat luas dikarenakan logo merupakan salah satu media iklan yang cukup ampuh. Tujuan lainnya juga adalah agar produk terlihat menarik dan mudah dikenal luas oleh masyarakat sehingga berdampak pada peningkatan jumlah produksi dan omset(Marewa et al., 2021)

Basreng adalah salah satu UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu wadah pemasaran untuk produk jasanya. Basreng mencatat penjualan yang relatif meningkat setiap harinya terlebih saat menerapkan pemasaran di media sosial.(Waqid Kurniawan et al., 2021). Basreng adalah makanan ringan terbuat dari bakso ikan yang di goreng. Keunggulan dari basreng ini ialah tidak berbau tengik (busuk, bahasa Jawa).

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan yang melibatkan pengaruh dari berbagai faktor, seperti faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Dalam pelaksanaan pemasaran,

strategi perlu diimplementasikan guna mencapai tujuan produk yang akan dipasarkan. Kesuksesan kegiatan komunikasi sangat dipengaruhi oleh penentuan strategi komunikasi yang efektif. Strategi pemasaran basreng yang diarahkan kepada mahasiswa dan lingkungan sekitarnya dilakukan melalui digital marketing, khususnya platform WhatsApp dan Instagram yang mana mencerminkan upaya yang terampil dan kontekstual dalam meraih pasar yang relevan (Indriansyah et al., 2024).

Strategi pemasaran adalah upaya seseorang ataupun perusahaan untuk memasarkan produk ataupun jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu yang memiliki tujuan agar penjualan meningkat. Tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan pendapatan, meningkatkan kesadaran mereka, dan juga untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka (Faraidin et al., 2023). Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial (ES et al., 2017)

Inovasi dan kreativitas merupakan komponen penting sebagai sumber keunggulan daya saing bagi suatu usaha. Inovasi produk salah satu dari perusahaan UMKM bakso ini mencerminkan perubahan dalam produk yang ditawarkan perusahaan di pasar. Dalam hal ini, produk harus diperbaharui secara berkala agar dapat memperkuat posisinya di pasar. Maka dari itu bakso menjadi sebuah inovasi dan modifikasi dalam pembuatan basreng (MUSABIR, 2022).

Desain kemasan produk merupakan proses merancang tampilan luar produk dengan tujuan mengemas, melindungi, serta memasarkan produk. Dalam proses perancangan, pelaku usaha harus mampu merancang desain kemasan yang simple, unik, serta mengikuti desain trend saat ini yang dapat menarik selera banyak konsumen (Saputra & Rahmawati, 2024).

kemasan produk (packaging) dengan plastik yang sederhana disertai logo, sehingga mempengaruhi kualitas dari produk itu sendiri. Untuk kemasan, tidak harus menggunakan bahan yang mahal tetapi dapat melindungi dan mempertahankan kualitas produk dalam jangka waktu yang lama, dapat menarik keinginan konsumen untuk beli, mudah dibawa dan simpan makanan serta terdapat logo yang dapat mempengaruhi konsumen dan jelas (A. Heryati, F. Afriyani, 2020)

METODE

Sasaran Kegiatan :

Yang menjadi sasaran pelaksanaan kegiatan program ini yaitu para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo

Lokasi Kegiatan :

Universitas Muhammadiyah Palopo

Metode Kegiatan :

Ada tiga metode yang digunakan dalam pembuatan produk basreng diantaranya input, proses, output (Produk) sebagai berikut

1. Input

Alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan basreng diantaranya :

- Alat : Wajan, Baskom, Spatula, Saringan stenlis, Kemasan plastik, Sendok besar, Sarung tangan, Pisau
- Bahan : Adonan bakso ayam, daun jeruk, kencur, lombok kering, boncabe, bumbu asinan, tepung tapioka, minyak goreng

2. Proses

Proses pada pembuatan produk terdapat langkah langkah yang di lakukan :

- a) Bakaso ayam tidak di iris terlalu besar agar tidak keras
- b) Bakso ayam yang sudah di iris tipis kemudian di campur dengan sedikit tepung tapioka
- c) Setelah itu panaskan minyak goreng sampai mendidih

- d) Setelah minyak mendidih masukkan irisan bakso
- e) Kemudian goreng hingga matang atau hingga golden brown
- f) Lalu angkat dan tiriskan
- g) Siapkan bumbu asinan, bubuk cabe kering, daun jeruk, dan bubuk kencur secukupnya
- h) Setelah itu masukkan dan campurkan basreng ke dalam baskom yang telah berisi bumbu
- i) Aduk hingga semua bumbu tercampur rata
- j) Setelah tercampur rata masukkan basreng ke dalam kemasan standing pouch

3. Output

Output yang di hasilkan yaitu keripik basreng yang terbuat dari adonan bakso dengan campuran bumbu sehingga menghasilkan keripik yang gurih dan renyah.

4. Evaluasi

Pada tahap ini dapat dilaksanakan setelah proses pembuatan keripik basreng, Pada tahap akhir dapat melihat kekurangan-kekurangan yang membuat para customer tidak puas setelah membeli produk kami serta kekurangan yang dapat mengakibatkan pembelian produk keripik basreng menurun sehingga akan berpotensi tidak mencapai target keuntungan dan perkembangan yang sudah di rencanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Input

Sebelum melakukan kegiatan ini kami terlebih dahulu melakukan survei di masyarakat untuk mengetahui minat konsumen dan melihat kondisi pesaing yang ada agar kami dapat menentukan harga yang sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat.

Setelah melakukan survei di kalangan masyarakat, Kondisi ekonomi sangat penting agar dapat mengetahui keuntungan yang akan di dapatkan kedepannya. Sehingga potensi usaha dapat dilihat dalam jangka panjang,

Adapun hasil dan pembahasan yaitu menjelaskan dan menguraikan tentang bahan dan alat :



Alat



Bahan

Gambar 1. Alat dan Bahan

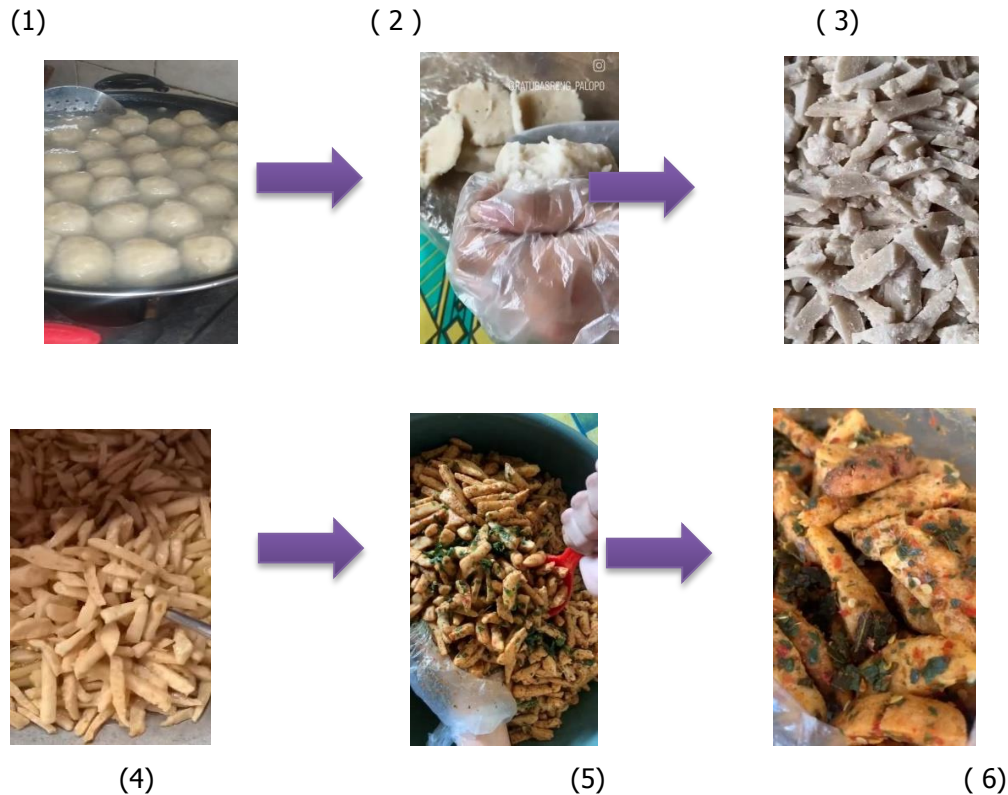
2. Proses (produksi)

Proses pembuatan basreng

Langkah-langkah yang di lakukan dalam pembuatan basreng sebagai berikut :

- 1) Pertama-tama bakso ayam kita rebus
- 2) Setelah masak bakso ayam di iris sedang agar tidak keras
- 3) Bakso ayam yang sudah di iris tipis kemudian di campurkan dengan tepung tapioka
- 4) Setelah itu pemasakan minyak goreng sampai mendidih
- 5) Setelah minyak mendidih masukkan irisan bakso

- 6) Kemudaian goreng hingga matang atau berubah berwarna golden broown
- 7) Lalu angkat dan tiriskan
- 8) Siapkan bumbu asiana,cabe kering,daun jeruk,dan bubuk kencur secukupnya
- 9) Setelah itu masukkan dan campurkan basremg ke dalam baskom yang telah terisi bumbu
- 10) Aduk hingga bumbu tercampur rata
- 11) Setelah tercampur rata masukkan basreng ke dalam kemasan standing pouch



Gambar 2. Proses Pembuatan Keripik Basreng

3. Output

Output yang di hasilkan yaitu keripik basreng yang terbuat dari adonan bakso dengan campuran bumbu sehingga menghasilkan keripik yang gurih dan renyah.

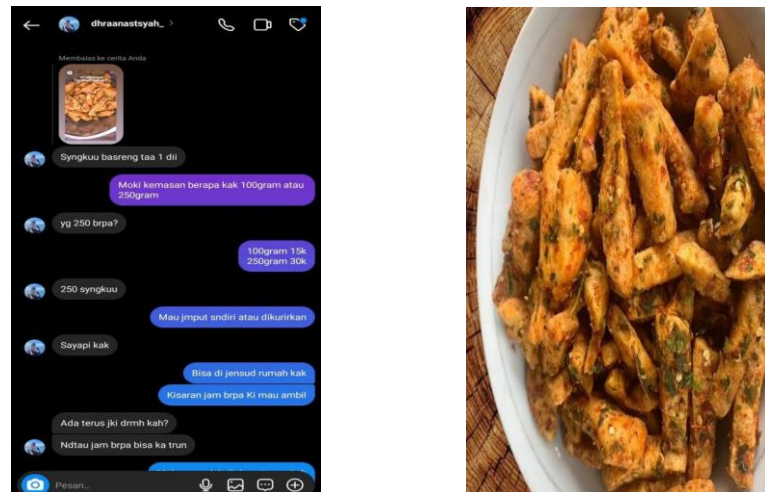


Gambar 3. Output produk keripik basreng

4. Evaluasi

Pada tahap ini dapat dilaksanakan setelah proses pembuatan keripik basreng, Pada tahap akhir dapat melihat kekurangan-kekurangan yang membuat para customer tidak puas setelah membeli produk kami serta kekurangan yang dapat mengakibatkan pembelian produk keripik basreng menurun sehingga akan berpotensi tidak mencapai target keuntungan dan perkembangan yang sudah di rencanakan.

Berikut adalah gambar dokumentasi pemasaran keripik basreng secara online :



Gambar 4 . Dokumentasi pemasaran secara online

KESIMPULAN

Bakso goreng atau biasa di singkat basreng merupakan makanan ringan yang terbuat dari olahan bakso yang di iris tipis kemudian di goreng lalu di taburi dengan bumbu. Modifikasi dan inovasi olahan ringan bakso ayam menjadi keripik basreng memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan nilai ekonomi bakso ayam dan difersivikasi produk olahannya. Produk ini di pasarkan melalui media sosial yang khususnya Instagram yang di jalankan oleh akun @ratubasreng_palopo. Tujuan diciptakannya produk makanan ringan ini adalah untuk menghadirkan inovasi baru kepada mahasiswa sekitar UM Palopo dengan mentransformasi makanan ringan yang sedang viral menjadi makanan yang lebih kekinian.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Heryati, F. Afriyani, B. U. (2020). Pelatihan Packaging Produk Makanan Ringan Dan Otak-Otak Pada Kampung KB Layang-Layang. Avoer 12, November, 18–19.
- Ahmad Jupri, Adilah Putri, Fransiska Prisilia Lingking, Tapaul Rozi, & Eka S Prasedya. (2021). Inovasi Olahan Produk Masyarakat berupa cilok menjadi Keripik Basreng. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 5(2), 105–108. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v5i2.1579>
- ES, D. P., Rahmi, & Aditya, S. (2017). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO , KECIL , DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN MALAKA SARI DUREN SAWIT. 1(1), 1–17.
- Faraidin, N. N., Islam, U., Sumatera, N., Nawawi, Z. M., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Usaha Cemilan Dgilangemil Nurfadillah Najwa Faraidin Marketing Mix , Marketing Campign , dan Marketing Analytics . Dari kedua jenis alat strategi SWOT dan Marketing Mix . 1(4).
- Firmansyah, M. (2020). Aplikasi Edible Coating pada Bakso Ayam. 5(2).

- Hasanah, M., & NG Ratumbusang, M. F. (2017). Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa – Kewirausahaan (Pkm-K) Di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Socius*, 6(02), 294–313. <https://doi.org/10.20527/jurnalsocius.v6i02.3478>
- Hastalona, D., & Asih, A. J. (2021). PKM PENTINGNYA PENGUASAAN SOFT SKILL BAGI GENERASI Z DI KALANGAN SISWA-SISWI SMA INTI NUSANTARA TEBING. 1(4), 162–167.
- Iftita, M., Sahur, E. F., Farizi, F. Al, & Palopo, U. M. (2024). Mie ubi ungu sebagai peluang usaha kreativitas mahasiswa yang bernilai jual. 5(2), 1852–1856.
- Indriansyah, R. T., Heny, S., Safitri, W., Khairul, M. R., & Putri, R. A. (2024). Strategi pemasaran kewirausahaan Basreng Shole-hot : Menciptakan daya tarik untuk mahasiswa dan lingkungan sekitar. 2(1), 66–75.
- Marewa, J. B., Kristen, U., & Toraja, I. (2021). Pendampingan Pembuatan Basreng Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Lembang Pitung Penanian. 1(2).
- MUSABIR. (2022). ANALISIS INOVASI PROSES DAN INOVASI PERODUK BAKSO PADA UMKM BAKSO DESA PANDAU JAYA KABUPATEN KAMPAR.
- Mutiara Puteri, A., Lestari Setia Ningrum, A., Hertati, L., Heryati, A., & Asmawati, A. (2021). Modifikasi dan Inovasi Olahan Ringan Bakso Ayam Menjadi Keripik Basreng Olahan Program MBKM Mahasiswa Indo Global Mandiri. *Journal of Sustainable Community Service*, 1(4), 176–191.
- Radiyati, & Agosto. (2010). Kualitas Bakso. *BPTTG Pustlibang Fisika Terapan –LIPI*, 7(2), 10–13.
- Saputra, B. P., & Rahmawati, A. (2024). Re-Desain Kemasan Produk Makanan Ringan Bakso Goreng (Basreng) “ Zea Snack ” sebagai Upaya Peningkatan Strategi Pemasaran. 3, 27–33.
- Waqid Kurniawan, M. M., Manafe, L. A., & Abidin, M. Z. (2021). Keputusan Pembelian Keripik Bakso Goreng Mr. Basreng Ditinjau Dari Efektivitas Strategi Pemasaran: Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 64. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.3825>