Jurnal INDONESIA RAYA
(Community Service in the Social, Humanities, Health, Economy and General Areas)
Available online at : http://journal.pdmbengkulu.org/index.php/indonesiaraya
DOI:https://doi.org/10.37638/indonesiaraya.1.x.x1-x2

PENGOLAHAN ABON KEONG MAS MELALUI PEMBERDAYAAN KELOMPOK MASYARAKAT DESA RIAK SIABUN

Linda Astuti, Vethy Octaviani

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ratu Samban Bengkulu Utara
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu

vethyoctaviani@unived.ac.id

How to Cite :
Octaviani, Vethy dkk (2018). Peningkatan Sumber Daya Masyarakat Desa Dalam Binaan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat. Jurnal Indonesia Raya, 3(2). DOI : **https://doi.org/10.37638/002. 1.x.x1-x2**

ARTICLE HISTORY
Received [xx Monthxxxx]
Revised [xx Month xxxx]
Accepted [xx Month xxxx]

This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilatarbelakangi banyaknya Keong Mas (*Pomacea Canali Culata Lamarck*) di Desa Riak Siabun Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu yang merupakan hama bagi tanaman padi. Hal tersebut menimbulkan kreatifitas UMKM Sejahtera yang beranggotakan ibu-ibu rumah tangga untuk mengolah keong mas menjadi abon. Berdasarkan analisis situasi dan survey awal yang telah dilakukan, terdapat kendala dalam teknologi pembuatan dan pemasaran produk. Oleh karena itu, untuk meningkatkan nilai tambah dari keong mas dan meningkatkan kualitas serta daya jual abon keong mas dari UMKM Sejahtera, penulis memberikan solusi melalui metode pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan abon keong mas. Kegiatan diawali dengan pendampingan dalam pengolahan bahan baku dan proses produksi, dilanjutkan dengan perancangan desain kemasan dan tata kelola pemasaran. Setelah dilakukan kegiatan tersebut, ada peningkatan daya jual dari keong mas, yang bukan hanya menjadi konsumsi dalam bentuk bahan mentah akan tetapi sudah menjadi produk yang bisa konsumsi yang berkualitas. Selain itu dipilih penanggungjawab untuk mengelola pemasaran. Keberadaan penanggungjawab ini diharapkan mampu untuk memajukan penjualan abon keong mas khususnya dan peningkatan pendapatan UMKM Sejahtera pada umumnya kedepan.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat desa, UMKM, abon keong mas

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sejahtera adalah salah satu kelompok masyarakat yang terletak di Desa Riak Siabun dengan anggota terdiri dari lebih kurang 22 (dua puluh dua) orang ibu-ibu rumah tangga yang memiliki kegiatan berupa pembuatan makanan antara lain keripik kelor, minuman jahe, dan abon lokan. Peran serta perempuan dapat memberikan kontribusi yang cukup besar. Beberapa fakta membuktikan bahwa perempuan yang bekerja mempunyai andil yang cukup besar dalam peningkatan perekonomian keluarga (Sofia, 2014). Desa Riak Siabun merupakan salah satu desa di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu dengan penduduk bermatapencaharian sebagian besar petani perkebunan dan persawahan.

Jurnal INDONESIA RAYA
(Community Service in the Social, Humanities, Health, Economy and General Areas)
Available online at : http://journal.pdmbengkulu.org/index.php/indonesiaraya
DOI:https://doi.org/10.37638/indonesiaraya.1.x.x1-x2

Keong mas (*Pomacea Canali Culata Lamarck*) adalah molusca air tawar dan hama penting bagi tanaman padi. Banyaknya keong mas di desa ini, menimbulkan kreatifitas UMKM Sejahtera untuk mengolah keong mas menjadi abon, namun terkendala teknologi pembuatan dan pemasaran. Masalah yang sama dalam pengembangan Usaha Kecil Menengah antara lain masih lemahnya tingkat kemampuan, keterampilan, keahlian, dan manajemen. Lemahnya kemampuan manajemen ini mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu mengelola usahanya dengan baik (Kuncoro, 2006).



Gambar 1. Survey dan Analisis Situasi

Berdasarkan analisis situasi dan survey yang telah dilakukan penulis beserta mitra yaitu UMKM Sejahtera, maka dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu:

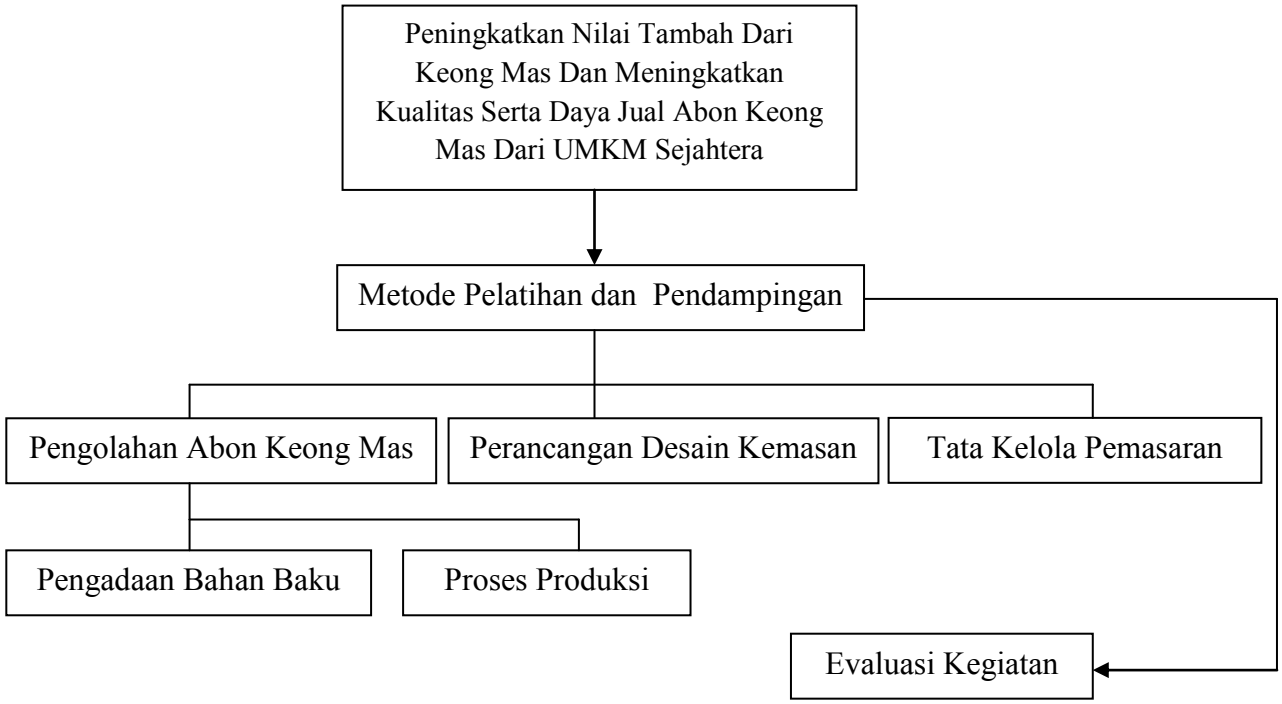
1. Minimnya pengetahuan serta keterampilan yang dikuasai oleh mitra mengenai teknologi pengolahan abon keong mas, agar dapat diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah, tahan lama dan berkualitas.
2. Desain pengemasan produk olahan keong mas agar memiliki kemasan yang menarik untuk dijual
3. Sistem pemasaran yang masih pasif

Untuk membantu permasalahan tersebut guna menjadikan abon keong mas memiliki nilai tambah dengan kualitas lebih baik maka diberikan solusi melalui pembenahan sistem produksi dan manajemen pemasaran abon keong mas dengan melakukan teknologi pengolahan pangan dan tata kelola pemasaran abon keong mas yang tepat.

Jurnal INDONESIA RAYA
(Community Service in the Social, Humanities, Health, Economy and General Areas)
Available online at : http://journal.pdmbengkulu.org/index.php/indonesiaraya
DOI:https://doi.org/10.37638/indonesiaraya.1.x.x1-x2

II. METODE

Solusi yang ditawarkan terhadap permasalahan mitra yaitu UMKM Sejahtera di Desa Riak Siabun Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma diarahkan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk pengolahan bahan baku yang dapat diambil di sawah yang mereka miliki yaitu keong mas yang tersedia dan berlimpah di Desa Riak Siabun. Sedangkan metode yang dilakukan untuk mendukung realisasi kegiatan ini adalah dengan mengajak ibu-ibu rumah tangga untuk meningkatkan nilai tambah dari keong mas dan meningkatkan kualitas serta daya jual abon keong mas dari UMKM Sejahtera, dimulai dari pengolahan, desain pengemasan hingga tata kelola pemasaran yang efektif. Dapat dijelaskan dalam gambar berikut :



Gambar 2. Skema Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan dengan rincian pelaksanaan kegiatan:

1. Pendampingan dalam Pengolahan abon keong mas. Proses pembuatan abon keong mas dengan menggunakan tahapan sebagai berikut:
   a. Pengadaan Bahan Baku
      Bahan baku yang digunakan adalah keong mas, minyak goreng, santan, gula, garam dan bumbu-bumbu yang berupa: bawang merah, bawang putih, cabe, kunyit, lengkuas, jahe, ketumbar, merica, daun salam, daun jeruk, serai.
   b. Proses Produksi
      a. Keong mas dibersihkan kemudian dikeluarkan dari cangkangnya dengan cara melakukan dipukul dengan benda keras sehingga cangkang nya terbuka.
      b. Keong mas diiris tipis-tipis
      c. Tumis bumbu-bumbu dengan menggunakan minyak goreng, setelah berwarna kecoklatan masukan keong mas yang telah diiris tipis lalu aduk hingga bumbu tercampur merata.
      d. Masukkan santan kelapa dan aduk terus sampai abon keong mas menjadi kering.
      e. Setelah abon dingin masukkan ke dalam *spinner* untuk mengurangi kandungan minyak yang ada pada abon.

Jurnal INDONESIA RAYA
(Community Service in the Social, Humanities, Health, Economy and General Areas)
Available online at : http://journal.pdmbengkulu.org/index.php/indonesiaraya
DOI:https://doi.org/10.37638/indonesiaraya.1.x.x1-x2

2. Perancangan desain kemasan abon keong mas penting dilakukan karena kemasan menjadi salah satu daya tarik bagi pembeli. Secara garis besar desain kemasan yang ditawarkan adalah dengan kemasan primer berupa plastik transparan jenis pet laminasi tebal 0,8 mikron dengan ukuran 100 gr (10 x 16 cm) dan ukuran 150 gr (16 x 25 cm) kemudian dipres dengan alat pres, selanjutnya dikemas kembali dilengkapi dengan label dan merk pada bagian luar. Sesuai dengan standar labelling, kemasan produk pangan memuat identitas nama produk, merk, produsen, komposisi dan izin produk.
3. Tata Kelola Pemasaran. Perancangan pemasaran abon keong mas yang di produksi dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:
    a. Promosi melalui media sosial
    b. Pajangan di UMKM
    c. Promosi dilakukan pasar dan toko kue khas Bengkulu
    d. Personal Selling : dari rumah ke rumah

Kegiatan ini akan di evaluasi untuk melihat apakah mempunyai efek pertambahan pendapatan yang mampu meningkatkan kesejahteraan mitra atau tidak. Kemudian tindak lanjut dilapangan setelah kegiatan ini selesai dilaksanakan yaitu pemeliharaan jaringan komunikasi dengan mitra dan terus memberikan edukasi secara non formal agar mitra mampu bertahan dalam mengembangkan usahanya dan mengontrol pemasaran produk.

III. HASIL DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan ini diawali dengan melakukan survey terhadap mitra sebelum dilakukannya kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan keong mas untuk kelompok masyarakat UMKM Sejahtera Desa Riak Siabun. Adapun hasil survey awal menunjukkan bahwa kegiatan ini memiliki kekuatan dan potensi besar untuk meningkatkan keterampilan dan pendapatan khususnya pada ibu-ibu rumah tangga yang tergabung di UMKM Sejahtera. Keong mas yang selama ini banyak di persawahan dan menjadi hama, dapat ditingkatkan nilai tambahnya dengan cara diberikan keterampilan membuat keong mas mentah menjadi abon keong mas. Nilai jual abon keong mas dibandingkan dengan keong mas mentah akan meningkat dan berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan yang akan diperoleh UMKM Sejahtera.

Kegiatan pengabdian ini terlebih dahulu bertemu dengan Ketua UMKM Sejahtera dan Kepala Desa Riak Siabun untuk mengkoordinasikan kegiatan agar nantinya dapat berjalan baik dan mampu diserap oleh masyarakat dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga anggota UMKM Sejahtera. Tanggapan masyarakat akan kegiatan ini sangat antusias dengan harapan kegiatan ini dapat mendatangkan dan memberikan manfaat berupa keterampilan baru yaitu pembuatan abon keong mas. Pentingnya memberikan nilai tambah pada keong mas sebab bila petani hanya menjual keong mentah harganya masih murah bahkan tidak ada harga sama sekali karena berserakan di areal persawahan dan juga dapat mengatasi keberadaan keong mas sebagai hama yang dapat berpengaruh terhadap hasil panen.

Pemberian pendidikan dan pendampingan dalam pengolahan abon keong mas akan menghasilkan abon keong mas dengan bentuk serat agak halus, tampilan abon dengan wama kecoklatan dan rasa abon yang gurih. Pengolahan abon keong mas ini beberapa tahapan. Kegiatan ini di mulai dengan persiapan yaitu pengadaan bahan baku yaitu keong mas, minyak goreng, santan, gula, garam dan bumbu-bumbu yang berupa: bawang merah, bawang putih, cabe, kunyit, lengkuas, jahe, ketumbar, merica, daun salam, daun jeruk, serai. Kemudian selanjutnya dilakukan proses pembuatan abon keong mas atau produksi. Proses produksi diawali dengan keong mas dibersihkan kemudian melakukan perebusan. Setelah cangkang keong mas terbuka, buang air rebusan kemudian isi keong mas dipisahkan dari cangkangnya.

Setelah keong mas dikeluarkan dari cangkangnya, keong mas diiris tipis-tipis dengan ukuran ± 0,5 cm. Selanjutnya tumis bumbu- bumbu dengan menggunakan minyak goreng, setelah berwama kecoklatan masukan santan kelapa lalu diaduk hingga bercampur rata. Kemudian masukkan

Jurnal INDONESIA RAYA
(Community Service in the Social, Humanities, Health, Economy and General Areas)
Available online at : http://journal.pdmbengkulu.org/index.php/indonesiaraya
DOI:https://doi.org/10.37638/indonesiaraya.1.x.x1-x2

keong mas yang telah diiris tipis laIu aduk kembali hingga bumbu dan santan tercampur merata dengan keong mas. Lakukan pengadukan secara terus-menerus sampai menjadi abon dan benar-benar kering. Angkat abon keong mas yang telah kering lalu didinginkan kemudian dilakukan pengemasan.





Gambar 2. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Tahap awal pengemasan abon keong mas menggunakan plastik biasa terlebih dahulu. Selanjutnya akan dikembangkan pengemasannya dengan menggunakan plastik jenis pet larninasi tebal 0,8 mikron dengan ukuran 100 gr (10 x 16 cm) dan ukuran 150 gr (16 x 25 cm) dan diberi stiker label sesuai dengan standar labelling yaitu kemasan produk yang memuat identitas nama produk, merk, produsen, komposisi, tanggal kadaluarsa dan izin produk. Stiker label ditempelkan pada plastik kemasan 100 gr dan 150 gr. Tanggal kadaluarsa dihitung dari tanggal dibuatnya produksi abon keong mas sampai dengan tanggal pada 6 bulan ke depan. Dengan adanya kemasan ini, harga abon keong mas juga akan meningkat untuk kemasan plastik 100 gr sebesar Rp. 20.000,- sedangkan untuk kemasan plastik 150 gr sebesar Rp. 30.000,-.

Kemudian diberikan pendidikan dan pelatihan dalam hal pemasaran produk, promosi melalui media sosial seperti Facebook, WA dan Instagram dan juga diberikan arahan sedikit tentang teknik berkomunikasi agar dapat menawarkan produk langsung ke konsumen di wilayah sekitar ataupun dititipkan di toko makanan khas dan warung warung sekitar. Penulis pun membantu memasarkan ke lingkungan sekitar kampus. Setelah dilakukan kegiatan tersebut maka akan dipilih penanggungjawab untuk mengelola pemasaran. Pemilihan didasarkan pada tingkat pendidikan, kemampuan berkomunikasi, dan kemampuan operasional media. Keberadaan penanggungjawab ini diharapkan mampu untuk memajukan penjualan abon keong mas khususnya dan peningkatan pendapatan UMKM Sejahtera pada umumnya kedepan.

Jurnal INDONESIA RAYA
(Community Service in the Social, Humanities, Health, Economy and General Areas)
Available online at : http://journal.pdmbengkulu.org/index.php/indonesiaraya
DOI:https://doi.org/10.37638/indonesiaraya.1.x.x1-x2

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu rumah tangga di Desa Riak Siabun Kabupaten Seluma yang tergabung dalam kelompok masyarakat UMKM Sejahtera terutama dalam pengolahan abon keong mas.
2. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan pengolahan abon keong mas mulai dari awal hingga akhir berjalan baik dan lancar ditandai dengan adanya antusiasme dan keingintahuan anggota kelompok yang besar dalam kegiatan.
3. Agar abon keong mas dapat dipasarkan dengan baik maka ditunjuk penanggungjawab untuk mengelola pemasaran.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah :

1. Kelompok masyarakat UMKM Sejahtera diharapkan produktifitas kerjanya lebih ditingkatkan terutama untuk penyediaan bahan baku dan lebih kreatif dalam pengolahan seperti membuat abon keong mas dengan berbagai varian rasa.
2. Untuk memperluas variasi penjualan di UMKM Sejahtera, pengolahan keong mas tidak hanya sebagai abon saja tapi dapat juga dijadikan keripik dan nugget.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, H. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta, CAPS

Kuncoro, Mudrajad. 2006. *Usaha Kecil Di Indonesia : Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan*. Journal Usaha Kecil Indonesia. http//www.cyberax.eu/book/1843143 (Diakses Pada 09 September 2019)

Kusumayanti, H., Astuti, W. dan Broto, W. 2011. *Inovasi Pembuatan Abon Ikan sebagai Salah Satu Teknologi Pengawetan Ikan*. Jurnal Gema Teknologi, Vol. 16 No. 3 Periode April 2011. Semarang, Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang..

Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Prenadamedia Grup

Restu. 2016. *Pengolahan Abon Ikan Karandang*. Jurnal Ilmu Hewani Tropika, Vol. 5 No. 1 Juni 2016. Fakultas Perikanan. Palangka Raya,Universitas Kristen

Sofia, R.N. 2014. *Peran Perempuan Dalam Keluarga Islami*. sofia_psy.staf.ugm.ac.id (Diakses Pada 15 Oktober 2019)