

Pengembangan Usaha Kelompok Jalangkote Keju di Kota Makassar Kecamatan Tamalate Provinsi Sulawesi Selatan

**Arnold Thenikusuma^{1*}, Andisva Fridy Fathiar², Christian Philetas Liem³, Felicia Kohar⁴
, Irvin Chandranegoro⁵, Meilani Hamdani⁶, Carolina Novi Mustikarini⁷**

Program Studi Bisnis Dan Manajemen, STIE Ciputra Makassar

Email : mhamdani01@student.ciputra.ac.id, athenikusuma@student.ciputra.ac.id,
afathiar@student.ciputra.ac.id, cphiletas@student.ciputra.ac.id,
ichandranegoro@student.ciputra.ac.id, feliciakohar01@student.ciputra.ac.id,
cmustikarini@ciputra.ac.id

Abstract

This paper presents the results of research on the potential for business development of the Jalangkote Cheese group in Makassar City, Tamalate District, South Sulawesi Province. This research uses implementation and interview methods to collect data regarding production, marketing and obstacles faced by Jalangkote cheese MSMEs. The research results show that Jalangkote Cheese has significant potential for development. To increase the competitiveness of this product, innovative marketing strategies and efficient human resource contracting training are needed. It is hoped that this paper can provide deeper insight into the potential of local culinary businesses and provide concrete recommendations for developing the Jalangkote Cheese MSME business.

Keywords: MSME, Jalangkote, Culinary, Marketing

Abstrak

Makalah ini menyajikan hasil penelitian tentang potensi pengembangan usaha kelompok Jalangkote Keju di Kota Makassar, Kecamatan Tamalate, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan metode pelaksanaan dan wawancara untuk mengumpulkan data mengenai produksi, pemasaran, dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM Jalangkote keju tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jalangkote Keju memiliki potensi yang signifikan untuk dikembangkan. Untuk meningkatkan daya saing produk ini, diperlukan strategi pemasaran inovatif dan pelatihan pembuatan kontrak sumber daya manusia yang efisien. Makalah ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang potensi usaha kuliner lokal serta memberikan rekomendasi konkret untuk pengembangan usaha UMKM Jalangkote Keju tersebut.

Kata Kunci: UMKM, Jalangkote, Kuliner, Pemasaran

1.PENDAHULUAN

Jalangkote adalah camilan khas Sulawesi Selatan yang terkenal dengan cita rasanya yang unik dan beragam isian yang menggugah selera. Jalangkote di Bisnis ini diinovasikan menjadi Jalangkote keju dan ternyata diterima di selera masyarakat, sehingga tidak ada salahnya untuk mencoba membuat inovasi lain untuk peluang baru. Dengan menyediakan 3 varian jalangkote yaitu jalangkote keju, jalangkote hitam, kulitnya berwarna hitam namun isinya tetap sama namun kulitnya lebih renyah, dan ada juga jalangkote varian biasa dengan rasa original. Jalangkote original ini dibuat karena ada beberapa orang yang belum terbiasa atau kurang suka dengan keju. Dari antara 3 varian jalangkote ini, para pembeli lebih condong menyukai jalangkote hitam, karena termasuk makanan yang unik.

Jalangkote Keju yang berlokasi di jalan Sultan Alauddin Blok 1 no 4, Makassar ini dimiliki oleh 1 orang bernama Arini. Bisnis ini merupakan bisnis Food and Beverage yang dibentuk sejak tahun 2021. Lokasi Jalangkote keju ini bertempat di rumah tinggal Arini sendiri. Lokasi jalangkote keju ini juga tersembunyi, karena di dalam perumahan dan hanya memiliki 1 spanduk yang diberikan oleh mitra Grab sebagai bentuk kerjasamanya. Maka kurang banyak masyarakat di sekitar sana yang tau kalau ternyata Arini menjual jalangkote. Karena Arini hanya mengandalkan sosial media sebagai tempat berjualannya.

Sebelum berjualan jalangkote, bisnis ini sempat menjual pisang ijo dan sangat ramai saat bulan ramadhan, namun ternyata berjualan pisang ijo itu musiman karena hanya saat bulan ramadhan saja yang ramai dan kurang laku jika berjualan setiap hari diluar bulan ramadhan. Singkat cerita saat berkunjung ke rumah produksi (rumah Arini sendiri) Arini bercerita Ia terinspirasi dari serial Youtube yang berjudul Jalangkote keju, dan setelah ia meriset dan mencari-cari ternyata belum ada yang berjualan jalangkote keju. Maka pada akhirnya, Arini membangun bisnis ini dan berfokus di cemilan yaitu Jalangkote, namun diinovasikan dengan berbagai jenis rasa. Jalangkote keju ini memiliki 3 macam varian yaitu jalangkote keju (jalangkote berisi keju) , jalangkote hitam, kulitnya berwarna hitam isinya tetap sama namun kulitnya lebih renyah, dan ada juga jalangkote varian biasa dengan rasa original.

Dari Kunjungan kami dan banyak bercerita dengan Arini Owner dari Jalangkote Keju ini, Masalah yang ditemukan dari umkm Jalangkote keju, yaitu Jalangkote keju ini kekurangan SDM dan sulit mendapatkan SDM yang berkualitas dan cepat tanggap. Arini sendiri awalnya memiliki 2 karyawan, namun karena adanya masalah komunikasi dan juga masalah internal antara Arini dan kedua karyawan tersebut sehingga membuat Arini terpaksa memberhentikan keduanya. Dan Sekarang Arini memiliki 1 karyawan baru, namun masalah yang Arini hadapi sekarang, ia harus mengajar dan menjelaskan ulang semua teknis dan proses pembuatan produksi jalangkote tersebut dan untuk pembuatan Jalangkote sendiri itu jika tidak mahir bentuk dan rasa pasti akan berbeda dan hal ini akan membuat proses produksi terhambat dan kemungkinan terjadinya gagal produk dan akan merugikan umkm ini. Arini selaku owner merasa bahwa 1 karyawan kurang cukup untuk membantunya memproduksi jalangkote, terlebih lagi Arini tidak memberikan resep lengkap dari produk jalangkotonya karena menghindari disalahgunakan oleh karyawannya. Maka dari itu kelompok kami mengusulkan untuk membuat perjanjian kontrak kerja dan juga

SOP kerja yang dapat menjadi acuan untuk karyawan-karyawan yang akan bekerja di bisnis ini, Dengan begitu karyawan yang ingin bekerja di sini bisa lebih disiplin dan tidak berlaku seenaknya. Produksi jalangkote ini juga masih di turunkan langsung oleh Arini, karena disebabkan oleh SDM nya yang kurang memadai, belum cukup terlatih, dan penghindaran dari penyalahgunaan resep.

Saat Kunjungan juga, kami mendapatkan masalah lain yaitu banner nya yang kurang memadai, Arini bercerita ia belum sempat untuk membuat banner karena orderan yang masih belum bisa diatur jadi Arini memanfaatkan banner dari mitra yang bekerja sama dengannya. Sehingga pada awalnya kami kesulitan mencari tempat Jalangkote keju ini. Berhubung Arini menjual dan memproduksi jalangkote nya di rumah sendiri sehingga lebih baik jika banner nya lebih terlihat dan juga memudahkan orang-orang yang mencari Jalangkote keju ini.

Kami mengusulkan untuk mengganti Banner menjadi lebih menarik dan juga lebih memperlihatkan produk yang dijual. Maka dari itu kami membantu untuk membuat banner baru yang lebih menarik perhatian untuk masyarakat sekitar, dan juga hal ini membantu Jalangkote keju untuk mendapatkan pelanggan baru lagi.

2.METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui beberapa langkah, dimulai dari wawancara, Diskusi Kelompok hingga pendampingan solusi yang telah disiapkan oleh para mahasiswa. Tujuan utamanya adalah untuk mendukung peningkatan kesiapan UMKM agar dapat bersaing lebih baik dengan pesaing lainnya. Berikut adalah rincian mengenai langkah-langkah yang terlibat dalam metode kegiatan ini:

a. Wawancara

Tujuan dari penerapan metode wawancara adalah untuk mengidentifikasi secara tepat permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang menjadi fokus oleh tim abdimas. Dalam menjalankan wawancara ini, tim abdimas berusaha untuk memahami dengan mendalam tantangan yang dihadapi oleh mitra mereka. Harapannya, hasil wawancara ini dapat menjadi dasar yang kuat bagi tim abdimas dalam merumuskan solusi yang mampu meningkatkan kemajuan bisnis mitra mereka. Pelaksanaan wawancara dilakukan selama 1 hari dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terkait profil dan juga permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang menjadi fokus pemberdayaan oleh tim abdimas.

b. Diskusi Kelompok

Setelah Kami melalui tahap Wawancara dengan mitra UMKM, Kelompok kami melakukan pendalaman lebih lanjut terhadap permasalahan yang mitra UMKM sedang hadapi. Solusi yang dapat kami ajukan kepada mitra UMKM terkait permasalahan keluar masuknya karyawan yang mengganggu jalannya proses produksi adalah Membuat surat kontrak kerja karyawan lalu kami juga mengajukan pergantian banner merek produk yang sekarang terpasang di depan rumah produksi mitra UMKM.

c. Pendampingan Solusi

Solusi yang diusulkan melibatkan pembuatan kontrak kerja yang sah yang menentukan peran pekerja, tanggung jawab, gaji, dan durasi kontrak. Kontrak bertujuan untuk memberikan profesionalisme pada tenaga kerja dan memastikan keterlibatan dari karyawan. Adapun kami menambahkan inovasi berupa pembuatan Sebuah spanduk yang menarik dan informatif akan didesain, menyoroti penawaran Jalangkote Keju. Spanduk akan ditempatkan strategis untuk menarik perhatian lokal dan calon pelanggan.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Jalangkote Keju yang berlokasi di jalan Sultan Alauddin Blok 1 no 4, Makassar ini dimiliki oleh 1 orang bernama Arini. Bisnis ini merupakan bisnis Food and Beverage yang dibentuk sejak tahun 2021. Lokasi Jalangkote keju ini bertempat di rumah tinggal Arini sendiri, yang dimana ternyata rumah tinggal yang ditempati oleh Arini ini rumah tinggal bersama Keluarga lain, sehingga hal ini yang membuat Arini merasa bahwa masih sungkan untuk membangun sebuah outlet sendiri di rumah ini, karena masih tinggal bersama keluarga lain.



Gambar 1 : Dokumentasi Bersama UMKM

Mitra UMKM untuk sekarang ini memiliki kendala pada sumber daya manusia dimana karyawannya yang seringkali keluar masuk. Fenomena ini merupakan salah satu masalah yang seringkali dihadapi terutama pada bisnis food & Beverage. Oleh karena itu, kami dapat memberikan usulan yaitu membuat perjanjian kontrak kerja bagi tenaga kerja sehingga bisnis ini secara manajemen menjadi lebih profesional. Perjanjian kontrak kerja ini berisi biodata karyawan dan gaji yang didapatkan dan berisi aturan-aturan perusahaan tempat karyawan bekerja.

Dalam Bisnis Food & Beverage, kualitas produk adalah hal yang sangat penting. Kualitas merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk sehingga bagi

bisnis yang ingin bertahan lama di pasaran harus menjaga kualitas produknya agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Sebelumnya mitra UMKM selalu gonta - ganti tenaga kerja, dan mitra UMKM mengeluhkan hal tersebut yang merupakan salah satu kendala mitra UMKM dalam mengelola SDM, sehingga kami mengusulkan kepada mitra UMKM untuk membuat SOP secara terperinci dalam kontrak tenaga kerja agar setiap tenaga kerja yang bekerja dalam UMKM mengetahui dan menjalankan standar operasional dengan baik, sehingga dapat meminimalisir kesalahan operasional dalam UMKM tersebut. Dengan adanya SOP yang terperinci, karyawan memiliki suatu acuan dalam melakukan pekerjaannya dan proses produksi produknya menjadi lebih tertata dan terstruktur.

Untuk Jalangkote Keju sendiri sekarang sudah memiliki 3 rasa, ada baiknya Arini menambahkan jalangkote dengan rasa yang baru dan juga mungkin bisa menjual jenis makanan lain selain jalangkote.

Marketing juga adalah suatu hal yang sangat penting dalam bisnis Food & Beverage. Sistem Pemasaran yang baik akan menambah nilai jual suatu produk sehingga membuat konsumen lebih tertarik dengan produk kita. Untuk saat ini UMKM memiliki spanduk namun hanya dari mitra kerjasama saja, dan tidak menunjukkan dengan spesifik menjual Jalangkote. Maka dari itu, kami menyarankan untuk membuat spanduk yang lebih memperlihatkan produk yang dijual sehingga dapat menarik pelanggan baru dari sekitar daerah rumah. kemudian Kami membuatkan mitra UMKM suatu desain terbaru dibawah ini.



Gambar 2 : Banner UMKM Sebelumnya



Gambar 3 : Banner Hasil Desain Bersama

4. PENUTUP

Melalui produksi dan pemasaran jalangkote keju, kelompok ini berhasil memberdayakan ekonomi lokal. Keterlibatan masyarakat dalam produksi memberikan peluang ekonomi kepada anggota kelompok dan membantu meningkatkan pendapatan mereka. Produk jalangkote keju berhasil dipromosikan sebagai produk lokal khas Kota Makassar. Dengan adanya promosi ini, kelompok masyarakat dapat meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar lokal dan mungkin juga di luar daerah, namun karena terbatasnya SDM yang mengelola pemasaran produk, kami menyarankan pada pemilik usaha untuk membuat perjanjian kontrak kerja.

Perjanjian kontrak kerja memegang peranan penting dalam jalannya suatu bisnis. Dengan adanya perjanjian kontrak kerja, proses kerja suatu bisnis menjadi lebih tertata dan terstruktur sehingga proses produksi suatu produk menjadi lancar. Perjanjian kontrak kerja juga melindungi terlaksananya hak dan kewajiban bagi anggota bisnis. Dengan adanya perjanjian kontrak kerja juga berfungsi untuk mengikat karyawan dan agar karyawan tidak bekerja sesuai yang mereka mau tapi semua terjadwal sehingga tidak mengganggu proses produksi.

Keseluruhan pelaksanaan pengabdian masyarakat oleh Kelompok Jalangkote Keju mencerminkan pentingnya pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan potensi lokal. Melalui inisiatif semacam ini, masyarakat dapat lebih mandiri dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah.

Ucapan Terima Kasih

Dengan demikian, kami mengucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu penulisan jurnal ini dan Terima kasih kepada pihak Jalangkote Keju yang telah membantu progress tugas kami dari awal hingga sekarang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Firda Aulia, Dwi Prasetyo, & Nurtyasih Wibawanti Ratna Amina. (2022). Strategi Pemasaran Digital Meningkatkan UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 2(2), 98–104. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v2i2.357>
- Kristiyono, J., Dian Eka Safitri, Agis Savira N U, Trivenadyah Nurmala, Kartika Cahya Jauhariya, & Hilda Kurniawati P. (2023). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Program Kewirausahaan Batik Poetra Dolokgede di Kabupaten Bojonegoro Melalui Kegiatan “Sinau Bareng” Ademos Indonesia. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 3(1), 52–60. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v3i1.433>
- Rokhim, A. (2018, August 01). *Aspek Hukum Hak Dan Kewajiban Pekerja Kontrak Dalam Perjanjian Kerja Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003*, 7. <https://journal.upmi.ac.id/index.php/FU/article/download/238/205>
- Sinaga, N. A. (2017, March 2). *PERANAN PERJANJIAN KERJA DALAM MEWUJUDKAN TERLAKSANANYA HAK DAN KEWAJIBAN PARA PIHAK DALAM HUBUNGAN KETENAGAKERJAAN*, 7. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jihd/article/download/132/682>