

ARTIKEL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT



**KETRAMPILAN BIDANG BOGA SEBAGAI PENGEMBANGAN USAHA
MANDIRI MASYARAKAT PADUKUHAN MRICAN YOGYAKARTA**

Ketua:

Dra. Sutriyati Purwanti, M.Si.

NIP. 19611216 198803 2 001

Anggota:

Prihastuti Ekawatiningsih, M. Pd/NIP. 19750428 199903 200

Dewi Eka Murniati, S.E., M.M./NIP. 19810506 200604 2 002

Titin Hera Widi Handayani, S.Pd.,M.Pd/NIP. 19790406 200212 2 001

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

JULI, 2019

**KETRAMPILAN BIDANG BOGA
SEBAGAI PENGEMBANGAN USAHA MANDIRI
MASYARAKAT PADUKUHAN MRICAN YOGYAKARTA**

Abstrak

Kegiatan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan bidang boga yang mencakup:1) pengetahuan tentang strategi pemasaran produk boga dan pengembangan usaha, 2) pengetahuan tentang bahan makanan untuk hidangan sepinggan dari jenis dan karakteristiknya dan 3) ketrampilan dalam membuat hidangan sepinggan yang mencakup komposisi bahan, ketepatan porsi/stándar porsi, teknik olah dan penyajian yang benar dan menarik.

Kegiatan diikuti oleh 25 ibu-ibu pengelola usaha makanan dan ibu tidak bekerja (wanita usia produktif) dari Padukuhan Mrican dan warga masyarakat sekitar Kampus UNY Yogyakarta. Kegiatan dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik UNY. Waktu pelaksanaan pada bulan April-Mei 2019. Adapun metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, demonstrasi dan latihan baik kelompok maupun individu. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Hasil kegiatan yaitu:1) meningkatnya pengetahuan tentang strategi pemasaran produk boga dan upaya pengembangan usaha, 2) meningkatnya pengetahuan tentang bahan makanan untuk pembuatan hidangan sepinggan (*Chicken Katsu, Poach Egg Florentine, Zity with Spicy Chili Sauce, dan Lazagna*) serta karakteristiknya dan 3) meningkatnya ketrampilan dalam mengolah dan menyajikan hidangan sepinggan yang mencakup komposisi bahan, ketepatan porsi/stándar porsi, teknik olah dan penyajian yang benar serta menarik. Saran dari kegiatan pelatihan ini: 1) ketrampilan dalam pembuatan hidangan sepinggan a'la Kontinental dan Oriental yang sudah diperoleh bisa dikembangkan untuk menambah variasi hidangan sepinggan yang sudah biasa dibuat dan diujakan seperti: Soto, Siomay, Bakso, Ketoprak, Mie Ayam dan sebagainya, 2) pengetahuan tentang pemasaran produk boga yang sudah diberikan bisa diimplemntasikan, walaupun dalam bentuk yang sederhana (tidak harus mengeluarkan biaya yang banyak atau bisa juga tanpa biaya), sehingga produk boga yang dijual bisa dikenal secara luas.

Kata Kunci: Ketrampilan bidang boga, pengembangan usaha mandiri

**CULINARY SKILLS AS THE DEVELOPMENT
OF AN INDEPENDENT BUSINESS COMMUNITY
IN PADUKUHAN MRICAN YOGYAKARTA**

Abstract

The activity aims to improve the knowledge and skills of the food sector which includes: 1) knowledge of marketing strategies for food products and business development, 2) knowledge of food ingredients for dishes of the type and characteristics and 3) skills in making dishes including ingredients, suitable portion, food production, interesting technique and presentation.

The activity was attended by 25 food business woman and non-working woman (in productive age) from Padukuhan Mrican and community members around UNY campus. The activity was carried out in the Culinary Education Study Program, Faculty of Engineering, UNY. The time of implementation was in April-May 2019. The methods used are lectures, question and answer, demonstrations and practices both groups and individuals. The data analysis technique uses descriptive analysis.

The results of the activity are: 1) increased knowledge about marketing strategies for food products and business development efforts, 2) increased knowledge about food ingredients for making dishes (Chicken Katsu, Poach Egg Florentine, Zity with Spicy Chili Sauce, and Lazagna) and their characteristics and 3) increased skills in processing and serving dishes that include ingredients, the suitable portion, interesting techniques and presentation. Recommendations from this training activity are: 1) the skills in making Continental and Oriental dishes that have been obtained can be developed to add a variety of dishes that are commonly made and sold such as Soto, Siomay, Meatballs, Ketoprak, Chicken Noodles and so on, 2) knowledge about the marketing of food products that have been taught can be implemented in a simple way in order to make the food products can be widely known.

Keywords: culinary skills, independent business development

PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi informasi dan teknologi komunikasi mempercepat akselerasi proses globalisasi. Globalisasi menyentuh seluruh aspek penting kehidupan, globalisasi menciptakan berbagai tantangan dan permasalahan baru yang harus dijawab, dipecahkan dalam upaya memanfaatkan untuk kepentingan kehidupan. Dampak globalisasi informasi dan komunikasi ditambah dengan globalisasi bidang ekonomi sangat dirasakan oleh masyarakat, tidak terkecuali keluarga sebagai bagian terkecil dari masyarakat. Menghadapi tantangan globalisasi ekonomi yang begitu hebat perlu didukung dengan terbentuknya pemantapan perekonomian keluarga yang kuat dan sumber daya keluarga yang memadai baik dari aspek pengetahuan, terampil dan ulet, terutama sumber daya manusia yang terampil.

Pengetahuan dan keterampilan menjadi faktor penting, dengan memiliki ilmu pengetahuan yang tinggi dan keterampilan yang cukup maka seseorang akan lebih mampu untuk meningkatkan nilai-nilai kehidupannya maupun dalam menentukan pilihan pekerjaan.

Salah satu jenis pengetahuan dan keterampilan yang saat ini dipandang tepat untuk memenuhi

kebutuhan masyarakat adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan bidang boga. Tidak saja boga/kuliner merupakan kebutuhan pokok manusia tetapi saat ini kuliner begitu populer dan menjadi daya tarik yang luar biasa baik dari aspek hidangan/menunya itu sendiri maupun menjadi daya tarik pendamping pariwisata yang saat ini juga sudah menjadi suatu kebutuhan. Masyarakat saat ini banyak yang menopang kebutuhan hidupnya dengan mengelola usaha makanan/kuliner, dengan asumsi hanya membutuhkan pengetahuan dan keterampilan sederhana. Memang tidak salah namun jika pengetahuan dan ketrampilan sederhana yang sudah dimiliki lebih ditingkatkan, maka dapat dijadikan sebagai alternatif untuk memperoleh tambahan penghasilan bagi keluarga dan dapat membantu meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraannya.

Berdasarkan observasi, berbagai usaha dikelola oleh masyarakat di sekitar wilayah kampus Universitas Negeri Yogyakarta, tepatnya wilayah Padukuhan Mrican Karangmalang. Sebagian besar warganya mempunyai atau menekuni berbagai usaha/bisnis. dari yang sifatnya besar, menengah maupun kecil, berbagai usaha yang ada diantaranya: mengelola asrama, kamar kost, laundry, foto copy, warung makan,

katering penjaja makanan keliling, buruh bersih-bersih rumah/kost dan sebagainya. Dari sekian banyak jenis usaha yang ada di sekitar kampus, salah satu usaha yang dirasa memerlukan prioritas dan mendapatkan perhatian untuk dikembangkan adalah usaha boga/makanan. Tidak saja karena usaha makanan sebagian besar ditekuni oleh ibu-ibu tetapi ternyata juga merupakan usaha yang dijadikan sebagai penopang ekonomi keluarga.

Pengetahuan dan ketrampilan yang akan dicoba ditingkatkan adalah pengolahan hidangan sepinggan. Tim PPM dari Prodi Boga juga pernah memberikan tambahan pengetahuan dan ketrampilan tentang makanan kudapan{patiseri Indonesia} dan aneka olahan lauk pada salah satu wilayah di Padukuhan Mrican yaitu dusun Pringgondani {wilayah sebelah timur kampus UNY} dan sampai sekarang usaha makanan tersebut menunjukkan perkembangan yang bagus. Sementara itu berdasarkan pengamatan jenis makanan yang diujakan saat ini jenis/variasinya belum dikembangkan lagi, padahal mereka (ibu-ibu) sebenarnya juga mempunyai waktu luang yang cukup. Alasan mereka mengapa belum belum mengembangkan jenis/variasinya karena keterbatasan dalam pengetahuan dan ketrampilannya.

Untuk itu, tim PPM dari Program Studi Boga Fakultas Teknik UNY mencoba memberikan alternatif tambahan pengetahuan dan keterampilan dengan memberikan pelatihan "**Peningkatan Keterampilan Bidang Boga Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Mandiri Pada Masyarakat Padukuhan Mrican Yogyakarta**". Jenis pengetahuan dan ketrampilan ini dirasa perlu untuk pendukung mengembangkan usahanya. Dengan meningkatnya ketrampilan maka jenis produk yang dihasilkan juga menjadi lebih baik dan bervariasi serta sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen/pasar. Begitu juga dengan bertambahnya pengetahuan tentang strategi dalam mengembangkan usaha dan pemasaran, harapannya permintaan akan bertambah dan produksi meningkat. Tentunya dengan peningkatan produksi dan penjualan maka pendapatan/penghasilan juga akan meningkat. Peningkatan pendapatan sebagian bisa dialokasikan untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kesejahteraannya.

Pendapatan keluarga perlu terus ditingkatkan agar masyarakat mampu menghadapi perubahan perekonomian sebagai dampak globalisasi. Berbagai cara peningkatan pengetahuan dan keterampilan telah dilakukan oleh

instansi, lembaga atau sekelompok orang yang peduli terhadap masalah kesejahteraan masyarakat sehingga berhasil guna.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan tentang strategi pemasaran bidang boga dan pengembangan usaha serta keterampilan dalam mengolah berbagai hidangan sepiringan pada ibu-ibu pengelola usaha dan ibu-ibu produktif yang tinggal di sekitar kampus UNY. Strategi pemasaran merupakan prinsip yang menyeluruh untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran dan bisnis yang mencakup keputusan: pengeluaran pemasaran, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran (Kotler, 1999: 68). Bauran pemasaran merupakan salah satu alat dari strategi pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan, khususnya dalam fungsi pertukaran dan meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan. Bauran pemasaran mencakup (*product, price, place, promotion, people, Physical Evident*). Adapun pengembangan usaha dimaknai sebagai suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk

mencapai suatu tujuan tertentu. (Harmaizar. 2003;14).

Hidangan sepiringan atau disebut juga *One-dish meal* adalah hidangan yang disajikan dalam satu piring atau pinggan. Dalam hidangan sepiringan kebutuhan akan karbohidrat, protein dan vitamin/sayur akan terpenuhi dalam hidangan sepiringan ini. Porsi/berat hidangan *one-dish meal* antara 150-200 g (Nany Suryani, 2014). Bahan pembuatan hidangan sepiringan menggunakan berbagai bahan makanan sumber protein (hewani, dan nabati), karbohidrat, vitamin dan mineral seperti: daging, ayam, telur, susu, keju, sayuran, kentang, tomat dan bumbu-bumbu, disertai pemilihan bahan-bahan tersebut yang berkualitas. sebagaimana dikemukakan oleh Murdijati Garjito dkk (2016). Menggunakan berbagai teknik olah seperti: boiling, sauteing, deep fry, baking (Siti Hamidah & Kokom Komariah, 2013)

. Pemilihan materi hidangan sepiringan didasarkan pada analisis kebutuhan bahwa hidangan sepiringan dapat menambah variasi dan jenis jajanan hidangan yang ada di wilayah Padukuhan Mrican dan sekitarnya.

Adapun aspek, pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai oleh peserta pelatihan antara lain: 1) meningkatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran produk boga dan

.pengembangan usaha, 2) meningkatkan pengetahuan tentang bahan makanan untuk hidangan sepinggan dari jenis dan karakteristiknya dan 3) meningkatkan ketrampilan dalam membuat hidangan sepinggan yang mencakup komposisi bahan, ketepatan porsi/standar porsi, teknik olah dan penyajian yang benar dan menarik.

METODE KEGIATAN

Kegiatan diikuti oleh 25 ibu-ibu pengelola usaha makanan dan ibu tidak bekerja (wanita usia produktif) dari Padukuhan Mrican dan warga masyarakat sekitar Kampus UNY, Yogyakarta. Kriteria pemilihan kelompok sasaran ini dengan mempertimbangkan ibu-ibu yang benar-benar membutuhkan keterampilan dan usia produktif.

Metode yang digunakan adalah ceramah dan tanya jawab untuk menjelaskan materi berupa konsep, strategi pemasaran bidang boga dan pengembangan usaha, jenis dan karakteristik hidangan sepinggan. Metode demonstrasi dipilih untuk menunjukkan suatu proses kerja sehingga dapat memberikan kemudahan bagi peserta pelatihan. Latihan atau praktik digunakan untuk materi kegiatan praktik. Pada metode ini peserta akan mempraktekkan secara optimal teknik-teknik dalam pembuatan hidangan sepinggan (hidangan sepinggan ala

Oriental dan Kontinental) yang telah diberikan oleh Tim PPM. Adanya kombinasi dari metode ini, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para peserta pelatihan secara optimal.

Untuk mengetahui keberhasilan pelaksanaan program diadakan evaluasi. Indikator keberhasilan dalam pelaksanaan program ini adalah : peserta dapat mengetahui strategi pemasaran produk boga dan pengembangan usaha serta membuat berbagai jenis hidangan sepinggan ala Oriental dan Kontinental dengan teknik olah, ketepatan porsi/standar porsi dan penyajian yang benar, baik dan menarik. Evaluasi kegiatan dilakukan setelah semua materi pelatihan selesai diberikan oleh Tim PPM. Evaluasi diadakan secara tertulis dan praktik secara kelompok.

Indikator keberhasilan dalam pelaksanaan program adalah : 1) peserta secara individu dapat membuat perencanaan strategi pemasaran secara sederhana 2) mengetahui dan membuat hidangan sepinggan dengan komposisi bahan, ketepatan porsi/standar porsi, teknik olah dan penyajian yang benar dan menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap persiapan yaitu melakukan koordinasi dengan Tim Pengabdian untuk menentukan kegiatan awal dan jadwal yang harus disusun,

pada tahap ini juga diadakan pembagian tugas masing-masing tim dan anggotanya sesuai dengan bidang keahlian masing-masing.

Berdasarkan hasil kesepakatan dengan kelompok sasaran, pelatihan dilaksanakan di Jurusan PTBB tepatnya di Laboratorium Boga, Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan PPM

No.	Waktu	Jenis Kegiatan	Penanggung Jawab
1.	13 April 2019	Penyampaian teori : konsep dan strategi pemasaran produk boga dan pengembangan usaha	Dewi Eka Murniati, MM
		Penyampaian materi teori tentang: a. Konsep/pengertian hidangan sepinggan b. Jenis dan karakteristik c. Teknik olah d. Ketepatan Porsi/standar porsi e. penyajian	Prihastuti Ekawatiningsih, M, Pd
2.	20 April 2019	Penyampaian materi Praktik mengolah variasi hidangan sepinggan: a. Chiken Katsu b. City with Spicy sauce	Titin Hera Widi H, M. Pd
3.	27 April 2019	Penyampaian materi Praktik mengolah variasi hidangan sepinggan: a. Lazagna	Sutriyati Purwanti, M. Si

No.	Waktu	Jenis Kegiatan	Penanggung Jawab
		b. Poach egg florentin	
4.	4 Mei 2019	Evaluasi pelatohan a. Teori b. Praktik	Tim Pengabdian
5.	20 Juli 2019	Pensdampingan	Tim Pengabdian

Tahap selanjutnya sesuai dengan target luaran yang akan dicapai untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi kelompok sasaran maka dalam kegiatan PPM ini tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan antara lain:

Alih pengetahuan tentang strategi pemasaran produk boga dan pengembangan usaha.

Pemasaran dapat diibaratkan sebagai “jembatan” antara produksi dan konsumsi. Dari hasil produksi baik barang atau jasa disampaikan melalui “jembatan” kepada konsumen. Bisa kita bayangkan apa yang akan terjadi apabila tidak ada jembatan atau jembatan tidak berfungsi dengan baik baik. Sudah barang tentu tujuan yang sudah kita rencanakan tidak akan tercapai. Suatu usaha perlu melakukan strategi pemasaran untuk mencapai tujuannya antara lain: memperoleh laba dan meningkatkan labanya,

mengembangkan usahanya dan sebagainya. Perusahaan yang menyadari akan pentingnya strategi pemasaran dan mampu menggunakannya dengan tepat akan memiliki daya saing dan keunggulan yang kompetitif dibanding pesaingnya. Strategi pemasaran untuk produk konsumsi/produk boga berbeda dengan strategi pemasaran produk industri. Perbedaan tersebut disebabkan karena perbedaan sifat produk yang dipasarkan dan perilaku pasar sasaran. Untuk merumuskan strategi pemasaran tidak dapat dipisahkan dari proses perencanaan pemasaran. Ada tiga bagian/kegiatan penting yang perlu diperhatikan sebagai suatu keputusan strategi yaitu: 1) Pasar sasaran (*target market*), 2) Bauran pemasaran (*marketing mix*), 3) Biaya pemasaran (*marketing budget*).

Marketing Mix (Bauran Pemasaran).

Marketing Mix (Bauran pemasaran) merupakan seperangkat “alat” pemasaran yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Empat unsur bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P yaitu, *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat atau saluran distribusi) dan *Promotion* (promosi atau komunikasi). Walaupun 4P bisa digunakan untuk produk (barang dan jasa), sebagian kalangan

menganggap bahwa 4P berfungsi lebih baik untuk produk barang dibanding jasa. Sekarang berkembang menjadi 7P karena dianggap yang lebih sesuai/cocok untuk jasa, 3P yang lain adalah *People* (partisipan), *Process* (proses) dan *Physical evidence* (lingkungan/bukti fisik). Ke-7P tersebut sebagai berikut : 1) *Product* (produk), barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan pada pasar sasaran, 2) *Price* (harga), merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan produk tersebut, 3) *Place* (tempat/distribusi), menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran, 4) *Promotion* (promosi), merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan tentang produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran agar mau membelinya, 5) *People* (partisipan), semua pelaku yang terlibat dalam penyampaian jasa dan mempengaruhi persepsi pelanggan, 6) *Physical evidence* (lingkungan fisik), lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, 7) *Process*(proses), semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dimana jasa disampaikan.

Variabel-variabel tersebut merupakan variabel yang **dapat**

dikendalikan oleh perusahaan. Langkah selanjutnya setelah kita menentukan pasar sasaran yang diutamakan, yaitu kita meramu bauran pemasaran menjadi satu kombinasi yang paling baik, artinya yang efektif dan efisien. Tiap kombinasi dari bauran pemasaran perlu kita analisis pengaruhnya terhadap penjualan dan laba. Kita perlu ingat bahwa dalam meramu bauran pemasaran ada faktor-faktor yang **tidak dapat dikendalikan** perusahaan, misalnya : munculnya pesaing baru, ditemukannya mesin baru, produk baru, timbulnya inflasi, adanya larangan atau peraturan baru oleh pemerintah, perubahan politik negara dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut dapat menggagalkan usaha pemasaran mencapai sasarannya. Untuk itu kita harus pandai menyesuaikan faktor yang dapat dikendalikan yaitu bauran pemasaran dengan faktor yang tidak dapat dikendalikan, sehingga kita dapat meningkatkan volume penjualan dan laba. Terkadang faktor yang tidak dapat dikendalikan menggagalkan usaha pemasaran, namun sering pula faktor ini justru memberi kesempatan yang baik dan menguntungkan, yang penting harus waspada dan pandai memanfaatkannya. Peserta pelatihan diberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran dan diajak untuk memahami dengan mencoba membuat perencanaan pemasaran produknya

secara tertulis sesuai pemahaman masing-masing peserta. Aktifitas pemasaran juga bertujuan agar suatu usaha dikenal baik oleh masyarakat dan apabila pemasaran berhasil maka penjualan juga akan meningkat. Suatu usaha jika menghasilkan laba maka usaha akan dapat berkembang. Inti dan garis besar dari pengembangan usaha adalah pemasaran dan maksimalnya laba, ada beberapa cara yang dapat dilakukan dalam upaya untuk mengembangkan usaha : 1) produk kita tidak boleh kalah dan harus bisa bersaing dengan produk lainnya, 2) melakukan promosi secara konsisten, sehingga produk kita selalu diingat konsumen, 3) memberi harga yang terjangkau dan kompetitif serta memberikan pelayanan yang maksimal pada konsumen, 4) mencoba menjalin hubungan yang baik dengan pihak internal seperti karyawan, maupun pihak eksternal seperti pemasok, distributor ataupun para pelanggan dan 5) berusaha keras dan bersungguh-sungguh serta mau terus belajar menambah pengetahuan dan ketrampilan.

Setelah pemberian materi diberikan evaluasi kognitif untuk mengetahui penguasaan materi pelatihan yang sudah disampaikan. Berdasarkan hasil penilaian dan analisis diskriptif diketahui bahwa penguasaan

kognitif peserta adalah, 11 peserta memperoleh nilai 80, 10 peserta memperoleh nilai 76 dan 4 peserta memperoleh nilai 70. Dengan demikian tolak ukur keberhasilan dengan pencapaian nilai minimal 60 tercapai, artinya alih pengetahuan tentang strategi pemasaran sesuai dengan yang direncanakan.

Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pembuatan hidangan sepinggan.

Pada kegiatan PPM peningkatan pengetahuan dan ketrampilan yang diberikan mencakup komposisi bahan, ketepatan porsi/standar porsi, teknik olah dan penyajian yang benar dan menarik. Hidangan sepinggan bisa dijadikan hidangan utama atau hidangan sampingan (disajikan diantara waktu makan atau sebagai selingan). Ada empat jenis hidangan sepinggan yang diberikan pada kegiatan PPM yaitu, 1) *Chicken Katsu* dengan bahan utama ayam yang dilengkapi dengan sauce, nasi dan salad/sayuran, 2) *Poach Egg Florentine*, dengan bahan utama telur yang dilengkapi dengan saus, bayam/florentine dan mashed potatoes/puree kentang, 3) *Zity with Spicy Chili Sauce*, dengan bahan utama pasta jenis Zity dilengkapi dengan daging cincang, sauce dan salad/sayuran, 4) *Lazagna* dengan bahan utama pasta jenis lazagna, saus keju dan saus daging

serta salad/sayuran. Teknik olah yang digunakan ada beberapa yaitu: rebus (*boil*) goreng (*deep frying*), tumis (*sautee*) dan panggang (*baking*). Peserta diberikan penjelasan tentang resep dan proses/cara pembuatan hidangan sepinggan, cara penyajian yang mencakup porsi, garnish/hiasan dan penyajian yang benar dan menarik. Hidangan sepinggan yang dibuat/dipraktikan selanjutnya dapat dijual/dijajakan untuk menambah variasi hidangan yang suda ada.

Selanjutnya diberikan evaluasi praktik untuk mengetahui kemampuan penguasaan keterampilan pengolahan produk bagi peserta pelatihan. Secara berkelompok (masing-masing kelompok 5 orang) diberikan tugas untuk mengolah/mempraktikkan hidangan sepinggan, hasilnya setelah dilakukan penilaian masing-masing kelompok memperoleh nilai dengan rentang 78-85. Dengan demikian tolak ukur keberhasilan pada materi praktik/ketrampilan tercapai, karena ketentuan minimal nilai 70.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan juga menggunakan instrumen yang dikeluarkan oleh Fakultas Teknik yakni Instrumen Pengukuran Kepuasan Pelanggan untuk mengetahui kesesuaian dan kebermanfaatan program PPM dengan kebutuhan masyarakat. Berdasarkan tabel di atas

dapat diketahui bahwa: 1) kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat, 2) kebermanfaatan program 3) memotivasi untuk mengembangkan diri 4) meningkatkan kerjasama dengan kelompok, 5) menumbuhkan kemandirian dalam berwirausaha, 6) menumbuhkan daya saing di pasaran, 7) penyampaian materi jelas, menarik dan mudah dipahami dan 8) mendorong meningkatkan wawasan ke depan terkait dengan produk makanan yang di buat peserta menyatakan puas dan sangat puas. Dengan demikian dapat diambil simpulan bahwa kegiatan PPM memberikan manfaat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat kelompok sasaran.

Untuk lama waktu pelaksanaan peserta menyatakan kurang puas dan puas, setelah diklarifikasi peserta menghendaki waktunya bisa lebih panjang lagi, sedangkan untuk jadwal pelaksanaan peserta menyatakan puas, karena mereka memahamai kesibukan kami tim pengabdian, sehingga peserta menyesuaikan dan tidak menjadi masalah/ peserta tidak keberatan.

Faktor Pendukung Kegiatan

Faktor pendukung sehingga kegiatan pelatihan ketrampilan bidang boga (strategi pemasaran produk boga, pengembangan usaha dan pengolahan hidangan sepinggan) dapat berjalan dengan lancar adalah: 1). Adanya kerjasama yang baik antara tim

pelaksana kegiatan dengan koordinator atau ketua Darma Wanita Fakultas Teknik, Kepala Dusun Pringgondani Mrican serta partisipasi aktif dari semua peserta pelatihan (ibu-ibu yang masih produktif), 2). Tersedianya dan kemudahan untuk memperoleh bahan baku untuk pengolahan hidangan sepinggan dan 3). Lokasi pelatihan yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh peserta yaitu di Laboratorium Boga, Fakultas Teknik UNY dan dekat dengan pusat penjualan jajanan, sehingga diharapkan produk yang sudah dilatihkan dapat dipasarkan dan dapat dijual untuk meningkatkan pendapatan keluarga ibu-ibu warga sekitar kampus.

Faktor Penghambat Kegiatan

1). Secara teknis tidak ada faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan. Artinya dari awal pelaksanaan kegiatan, penyusunan materi, dan evaluasi akhir dapat diselesaikan dengan baik. Namun karena ibu-ibu peserta pelatihan sebagian ada yang mempunyai kesibukan lain sehingga beberapa peserta ada yang terlambat mengikuti pelatihan, akan tetapi semua bisa diatasi, 2) Ketrampilan bidang boga yang diberikan pada kegiatan pelatihan berupa hidangan sepinggan ala kontinental dan oriental yang dari sisi bahan, bumbu dan teknik olah serta penyajian berbeda dengan hidangan

sepinggan yang sudah biasa dibuat oleh peserta pelatihan, sehingga beberapa peserta kurang percaya diri pada saat melakukan praktik, namun hal ini bisa datasi dengan kerjasama yang baik diantara peserta dan tidak malu untuk bertanya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan dari pelaksanaan kegiatan PPM ini adalah: 1) meningkatnya pengetahuan tentang strategi pemasaran produk boga dan upaya pengembangan usaha, 2) meningkatnya pengetahuan tentang bahan makanan untuk pembuatan hidangan sepinggan (*Chicken Katsu, Poach Egg Florentine, Zity with Spicy Chili Sauce, dan Lazagna*) serta karakteristiknya, 3) Meningkatnya ketrampilan dalam mengolah dan menyajikan hidangan sepinggan yang mencakup komposisi bahan, ketepatan porsi/stándar porsi, teknik olah dan penyajian yang benar serta menarik.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari kegiatan ini adalah: 1) ketrampilan dalam pembuatan hidangan sepinggan ala Kontinental dan oriental ini bisa dikembangkan dan dijajakan untuk menambah variasi hidangan sepinggan yang sudah biasa dibuat dan dijajakan seperti: Soto, Siomay, Bakso, Ketoprak,

Mie Ayam dan sebagainya, 2) pengetahuan tentang pemasaran produk boga yang sudah diberikan di pelatihan bisa diimplemntasikan, walaupun dalam bentuk yang sederhana (tidak harus mengeluarkan biaya yang banyak atau bisa juga tanpa biaya), sehingga produk boga yang dijual bisa dikenal secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Harmaizar, (2003) *Menangkap Peluang Usaha*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa
Alexander Sindoro, Jakarta: Prenhalindo.
- Phillip Kotler. (1999). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*, USA: 9th Printice-Hall.
- Murdijati G, Henny Krissetiana H, Alfiona Dewi, (2016), *Industri Jasa Boga*.Gadjah Mada University Press.
- Nany Suryani. (2014). *Makanan Sepinggan (One Dish Meal)*. Malang
- Siti Hamidah, Kokom Komariah (2013), *Resep dan Menu*. Deepublish. Yogyakarta

