

## **PEMBERDAYAAN INDUSTRI RUMAH TANGGA JAJAN BANTEN DI DESA UBUNG KAJA-DENPASAR**

**Nyoman Senimantara<sup>(1)</sup>**  
**A.A. Bagus Amlayasa<sup>(2)</sup>**  
**Ni Putu Riasning<sup>(3)</sup>**

<sup>(1)</sup>Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa  
<sup>(2)(3)</sup>Program Studi Ilmu Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa  
*e-mail: amlayasaabgs@gmail.com*

### **ABSTRACT**

*This religious culture is inseparable from the element of beauty and uniqueness of the ceremony (Banten) which is offered every time the ceremony takes place. The main element in every ceremony is the presence of **sampyan** (decoration of the leaves), fruit, and Banten snacks. It has become a culture in Bali that the offerings made always use snacks as a compliment. There are various types of Banten snacks, such as sun snacks, **satuh**, **kaliadrem**, and many more. However, what must be in every offering is snack uli (**Jaja Uli**) and **Begina**. IRT Jaja Uli Asanadi's business focuses on Jaja uli and this is an effort to preserve traditional snacks as a complement to the offering element in every **yadnya** ceremony. During this business, various problems can be identified that befall partners, namely the lack of purchasing power of partners in purchasing equipment resulting in low production activities, partners do not yet have an understanding regarding how to market products, where so far partners are still using the word-of-mouth marketing system. As a result of this PKM activity, partners are given education about how to market products only. Promotional programs through the affixing of business stickers can easily remember the business name and phone number, making it easier to place an order.*

**Keywords: home industry; jaja uli; Ubung Kaja**

### **Pendahuluan**

Pulau Bali yang dikenal sebagai daerah tujuan pariwisata baik domestik maupun internasional tidak terlepas dari unsur kebudayaannya. Nurmansyah et al., (2019) menyatakan bahwa kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan, serta karya yang dihasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yang dijadikan miliknya dengan belajar (Ahimsa-Putra, 2019b) sedangkan kearifan lokal merupakan kecerdasan manusia yang dimiliki oleh kelompok etnis tertentu yang diperoleh melalui pengalaman masyarakat. Artinya kearifian lokal disini adalah hasil dari

masyarakat tertentu melalui pengalaman mereka dan belum tentu dialami oleh masyarakat yang lain (Ahimsa-Putra, 2019a; Supatmi, 2019)

Kekayaan budaya Bali adalah wujud dalam berbagai bentuk karya seni seperti seni tari, seni pahat dan seni lukis. Selain itu, ketertarikan wisatawan juga dari budaya religi yang dianut umat Hindu. Budaya religi ini tidak terlepas dari unsur keindahan dan keunikan upakara (banten) yang dipersembahkan setiap kali upacara berlangsung. Unsur utama dalam setiap upakara adalah adanya *sampyan* (hiasan dari janur), buah dan jajan banten. Sudah menjadi budaya di Bali bahwa banten yang dibuat senantiasa menggunakan sarana jajan sebagai pelengkap. Ada berbagai jenis jajan banten, seperti jajan matahari, satuh, kaliadrem, dan masih banyak lagi. Namun, yang wajib ada dalam setiap banten adalah jajan uli dan beginina.

Banyaknya pelaksanaan upacara dalam Agama Hindu di Bali, menyebabkan kebutuhan sarana perlengkapan upacara terus meningkat dan berkembang. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Bali, khususnya kebutuhan jajanan khas Bali yang digunakan dalam pelaksanaan upacara, membuat Industri Rumah Tangga (IRT) yang memproduksi jajanan Bali semakin bertambah. Fitri & Bundo, (2021) menyatakan bahwa industri rumah tangga mampu menjadi solusi brilian di tengah kondisi perekonomian yang tidak menentu. Industri rumah tangga bagian dari jenis industri yang ada. Alasan kuat yang mendasari resistensi keberadaan industri kecil yaitu, pertama: sebagian populasi industri kecil berada di pedesaan dikaitkan dengan tenaga kerja yang semakin meningkat serta luas tanah garapan pertanian yang relatif berkurang, sehingga industri kecil merupakan alternatif jalan keluarnya. Kedua beberapa jenis kegiatan industri kecil banyak menggunakan bahan baku dari sumber di lingkungan terdekat, di samping tingkat upah yang murah, biaya produksi juga merupakan aspek pendukung yang kuat (Fadhilah S, 2020). Jajan banten banyak diproduksi oleh industri rumah tangga yang tersebar di semua kabupaten / kota di Bali, termasuk Kota Denpasar.

Industri rumah tangga di Kecamatan Denpasar Utara menempati posisi kedua dari empat Kecamatan di Kota Denpasar banyak digerakkan oleh industri rumah tangga (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar, 2021). Industri Rumah Tangga (IRT) Murki adalah industri rumah tangga yang berlokasi di Jln. Kerta Negara No. 67, Br. Poh Gading, Denpasar Utara- Kota Denpasar selanjutnya menjadi mitra dalam program pengabdian pada masyarakat. Mitra menyediakan berbagai jajanan khas Bali yang digunakan untuk upacara dan di konsumsi. Jajanan khas Bali yang dipasarkan diantaranya adalah jaja uli, jaja beginina dan jaja kaliadrem.

Yang menarik dari Industri Rumah Tangga Ni Made Murki ini ialah semangat para Ibu rumah tangga dalam berusaha dan tetap melestarikan jajanan banten yang saat ini perlahan mulai tergerus dengan jajanan modern. Kondisi sumber daya alam dilingkungan mitra, sangat mendukung proses produksi. Kecukupan sumber air bersih, lingkungan aman, banyak anggota yang bisa diberdayakan dalam membuka peluang kerja, dan kebersihan lingkungan terjaga merupakan modal yang sangat berarti dalam pengembangan Industri Rumah Tangga.



**Gambar 1 Proses Produksi Dengan Menggunakan Alat Sederhana**

Kegiatan bisnis yang dijalani mitra industri rumah tangga ini diantaranya menerima pesanan jajanan khas Bali, memproduksi secara konvensional jajanan tersebut, dari pemilihan bahan, kuantitas bahan yang digunakan, pengolahan bahan, pengemasan jajanan serta memasarkan hasil produksi tersebut. Produksi jajanan khas Bali yang dilakukan oleh mitra masih musiman, yakni masih dipengaruhi oleh hari baik dalam menentukan upacara keagamaan serta hari raya Agama Hindu yang telah disesuaikan dengan kalender Bali. Peningkatan pemesanan terjadi mendekati hari raya Galungan dan Kuningan yang jatuh tiap enam bulan sekali. Jadi jika dalam beberapa bulan jumlah hari raya di Bali tidak terlalu banyak, maka produksi produk jajanan Bali tersebut menurun bahkan tidak melakukan produksi. Industri Rumah Tangga yang dikelola oleh mitra program memiliki nilai

kearifan lokal dan kebudayaan. Produk yang dihasilkan merupakan jajanan nusantara dan sebagian besar merupakan jajanan khas budaya bali.



**Gambar 2 Proses Penjemuran**

Berdasarkan hasil wawancara dalam observasi awal tim pengabdian, dapat dianalisis bahwa produk dan usaha dari mitra memiliki beberapa permasalahan diantaranya bahwa kemasan produk, strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan menjadi fokus yang harus diperhatikan. Produk yang dihasilkan oleh mitra adalah jajanan kering khas Bali. Proses pengerjaan produksi sebagian dilakukan dengan tangan dan dibantu dengan beberapa peralatan seadanya. Namun yang menjadi kekhawatiran dari para anggota adalah ketika jumlah pesanan melebihi dari kapasitas yang tersedia, hal ini disebabkan kurangnya peralatan dengan kapasitas yang besar seperti misalnya pamarut kelapa, alat penumbuk dan mixer. Ketika mitra menerima pesanan dalam jumlah yang besar sering membuat mereka kebingungan karena peralatan serta kapasitas dari alat-alat tersebut masih minim.





**Gambar 3 Penggorengan dan Kemasan Produk**

Produk jajan banten ini dikemas kedalam plastik flip yang dapat dibeli di pasaran tanpa memberikan desain kemasan yang dapat menjadi identitas industri. Mitra mengakui produk yang mereka dijual di pasaran tidak dapat dikenali oleh konsumen karena banyak pelaku industri lainnya menjual produk yang sama. Hal tersebut tentu saja mempengaruhi promosi yang diinginkan oleh mitra. Selain itu jajanan khas Bali yang dibuat tidak menggunakan bahan pengawet, sehingga diperlukan kemasan yang kedap udara agar produk dapat bertahan lebih lama.

Ibu Ni Made Murki selaku penggiat Industri Rumah Tangga menyebutkan dengan kemasan yang biasa mereka gunakan, produk hanya mampu bertahan selama dua minggu. Mitra program ingin membuat kemasan yang dapat memperpanjang masa ketahanan produk, namun terkendala akan pengetahuan dalam pembuatan kemasan baik dari sisi desain maupun teknologi. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan Kotler. Menurut Kotler (2019) terdapat empat fungsi kemasan sebagai satu alat pemasaran, yaitu:

1. *Self service*. Kemasan semakin berfungsi lebih banyak lagi dalam proses penjualan, dimana kemasan harus menarik, menyebutkan ciri-ciri produk, meyakinkan konsumen dan memberi kesan menyeluruh yang mendukung produk.
2. *Consumer affluence*. Konsumen bersedia membayar lebih mahal bagi kemudahan, penampilan, ketergantungan dan prestise dari kemasan yang lebih baik.
3. *Company and brand image*. Perusahaan mengenal baik kekuatan yang dikandung dari kemasan yang dirancang dengan cermat dalam mempercepat konsumen mengenali perusahaan atau merek produk.
4. *Inovational opportunity*. Cara kemasan yang inovatif akan bermanfaat bagi konsumen dan juga memberi keuntungan bagi produsen.

Permasalahan utama yang dialami mitra serta erat kaitannya dengan kemasan adalah pemasaran produk atau promosi. Pemasaran yang dilakukan oleh mitra dilakukan secara tradisional. Mitra menitipkan produknya terbatas di pasar-pasar tradisional. Dampak yang terjadi adalah permintaan akan produk tidak bertambah. Selain itu permintaan akan jajanan khas Bali biasanya melonjak tinggi hanya pada hari raya keagamaan umat Hindu, sedangkan pada hari-hari biasa permintaan pasar cenderung sepi. Menurut mitra hal tersebut terjadi karena paradigma yang telah terbentuk di masyarakat, bahwa jajanan khas Bali jaja uli dan begina tidak memiliki rasa dan diperuntukkan sebagai sarana pelengkap dalam upacara keagamaan.

Realita yang diungkapkan oleh mitra program adalah jajanan khas Bali khususnya jaja uli dan jaja begina memiliki potensi untuk dikembangkan. Jajanan khas Bali tersebut dapat dipasarkan sebagai makanan ringan atau snack. Selain potensi dari pengembangan produk, pemasaran secara online belum pernah dilakukan. Metode pemasaran online dapat memperluas pangsa pasar. Ibu Ni Made Murki juga mengakui bahwa beliau ingin melakukan promosi secara online, namun karena keterbatasan pengetahuan tentang internet, media sosial, dan website metode tersebut belum dilakukan. Permasalahan berikutnya adalah pencatatan penjualan. Selama ini mitra usaha tidak melakukan pencatatan penjualan dalam bentuk apapun sehingga tidak dapat dilihat secara jelas berapa jumlah produk yang telah terjual dan dalam jangka waktu berapa lama serta tidak dapat menghitung total keuntungan yang telah didapat.

Berbagai ragam permasalahan yang ditemukan, hal ini dapat menjadi faktor penghambat bagi mitra dalam mengembangkan unit bisnisnya. Terlebih lagi dalam situasi pandemic COVID-19 yang memunculkan ketidakpastian ekonomi, mitra berupaya agar tetap eksis menjalankan unit usahanya.

Pengabdian pada masyarakat dengan skema program kemitraan masyarakat ini merupakan pengabdian masyarakat berbasis riset. Beberapa hasil riset terdahulu telah membuktikan bahwa sistem informasi akuntansi memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja organisasi. Sebagaimana Trisnadewi et al., (2020) menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi berperan penting terhadap kemajuan sebuah usaha kecil, selanjutnya Pramuki, (2020) menyatakan pentingnya peranan media sosial online dalam meningkatkan pemasaran UMKM di Kabupaten Badung.

Industri Rumah Tangga yang dikelola oleh mitra memiliki nilai kearifan lokal dan budaya yang adil uhung. Produk yang dihasilkan merupakan jajanan nusantara dan sebagian besar merupakan jajanan khas budaya Bali. Berdasarkan atas kondisi yang terjadi pada mitra, maka kegiatan penyuluhan dalam bentuk sosialisasi dan diskusi dan juga pendampingan dalam program pengabdian ini adalah menjadi sangat penting dan mutlak diperlukan. Dengan dapat diselenggarakannya program ini, diharapkan mitra dapat berkembang dan maju, sehingga bermuara terhadap peningkatan pendapatan keluarga dan outcomenya adalah program pengentasan kemiskinan dari pemerintah dapat berjalan dengan baik dan optimal. Berdasarkan analisis situasi pada mitra, telah ditemukan beragam macam persoalan atau permasalahan dan juga keterbatasan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut diantaranya 1) Peralatan penunjang produksi, 2) Kemasan produk, 3) Strategi Pemasaran dan 4) Pencatatan Pembukuan menjadi fokus yang harus diperhatikan

### **Metode Pemecahan Masalah**

Pada dasarnya, kegiatan PKM ini diharapkan menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh industri rumah tangga jajanan khas Bali melalui pendekatan secara terpadu, agar dapat meningkatkan nilai ekonomis dari jajanan tersebut yang masih belum termanfaatkan secara optimal. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra program yang telah disampaikan adalah dengan membantu memaksimalkan pengembangan produk melalui penambahan varian rasa, proses promosi produk serta pencatatan keuangan aktivitas usaha secara sederhana. Uraian solusi yang ditujukan untuk kedua permasalahan utama mitra program adalah sebagai berikut.

- 1) Pengadaan peralatan untuk meningkatkan kapasitas produksi.
- 2) Pelatihan pencatatan keuangan aktivitas usaha secara sederhana sehingga omzet setiap harinya dapat diketahui.
- 3) Pelatihan penggunaan media sosial seperti WhatsApp serta Facebook untuk menambah jaringan pemasaran yang lebih luas serta menjangkau pangsa pasar yang lebih banyak.

- 4) Pelatihan desain produk diharapkan dapat menambah ilmu bagi industri rumah tangga dalam menampilkan produk agar menjadi menarik dan menambah minat konsumen untuk membeli
- 5) Pelatihan pemasaran melalui website dan media sosial agar dapat mengetahui peluang pemasaran yang ada pada website dan media sosial serta disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran.
- 6) Memberikan edukasi mengenai pengembangan produk dengan penambahan varian rasa pada jaja uli dan jaja begina yang dapat menambah minat konsumen dalam mengkonsumsi jajanan tersebut dan merubah paradigma lama yang menganggap bahwa jajanan tersebut hanya dapat digunakan sebagai pelengkap dalam upacara agama Hindu yang ada

### **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di desa Ubung Kaja. Kegiatan ini melibatkan tiga orang dosen, dua mahasiswa sebagai tim pengabdian. Mitra “Asanadi” merupakan salah satu usaha yang masih produktif dalam membuat jajanan khas bali, yang sering digunakan dalam pelaksanaan upacara yadnya oleh masyarakat Hindu. Kegiatan pengabdian ini, diawali dengan pemberian pengetahuan kepada mitra terkait dengan bagaimana strategi untuk mampu bertahan ditengah gempuran jajanan modern. Drs. Nyoman Senimantara, M.Si memberikan pembekalan kepada mitra, bahwa memproduksi jaja uli (pangan khas untuk upacara keagamaan) tidaklah mudah, dibutuhkan adanya keterampilan dari mitra. Penggunaan bahan baku yang masih *fresh* menjadi andalan utama untuk mampu menghasilkan jajan yang enak dan renyah. Bahan baku yang masih *fresh*, misalnya tepung yang digunakan, dimana dalam pembuatan jaja uli dan begina menggunakan tepung beras. Tepung beras yang digunakan tidaklah tepung beras yang siap pakai, melainkan tepung beras hasil “incuk” beras langsung, kemudian proses pengolahan, proses pemotongan adonan agar memiliki ukuran yang sama, penjemuran dibawah sinar matahari dan terakhir proses penggorengan. Penggunaan bahan *fresh* ini akan berdampak kepada tingkat ketahanan jajanan tersebut, mengingat jaja uli tidak menggunakan pengawet. Mempertahankan cita rasa dan kualitas merupakan salah satu modal utama untuk bisa bertahan dalam usaha ini.

Selain penggunaan bahan baku yang fresh, agar tetap dapat bertahan di era persaingan jajanan modern, Bapak Senimantara juga menuturkan, diperlukannya suatu inovasi produk. Inovasi produk merupakan suatu usaha untuk menciptakan produk baru, sehingga memungkinkan konsumen mendapatkan banyak pilihan dalam proses pemesanan jajanan. Mitra Asanadi ternyata telah memiliki



keinginan untuk menciptakan jaja uli yang memiliki rasa gurih, dan tentunya hal ini masih diujicobakan untuk dapat resep yang sesuai.



Kegiatan selanjutnya, ialah penyuluhan yang dilakukan oleh bapak A.A. Bagus Amlayasa, SE, M. Si dimana beliau memberikan pemahaman kepada mitra bahwa promosi jaja uli ini perlu dilakukan agar dapat dikenal masyarakat luas. Secara sederhana, promosi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan stiker pada bungkus jajan. Pengisian stiker ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat dimana dalam stiker tersebut telah berisi nama usaha dan nomer telepon mitra, dengan adanya stiker ini, usaha jaja uli asanadi ini akan lebih dikenal oleh masyarakat bali.



Kegiatan PKM ini diakhiri dengan memberi bantuan berupa peralatan untuk mendukung kegiatan operasional Mitra Asanadi, semoga dengan pemberian bantuan ini dapat menjadikan rangsangan bagi mitra untuk terus berkarya dan berusaha agar dapat menciptakan atau menambah pilihan panganan tradisional yang dihasilkan.



### **Simpulan dan Saran**

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat Universitas Warmadewa yang dilangsungkan di usaha jaja uli Asanadi yang beralamat di Jalan Kertanegara no 67, Banjar Binoh, Desa Ubung Kaja Denpasar, melalui pemberdayaan industri rumah tangga jaja banten dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pemberdayaan industri rumah tangga akan menumbuhkan wawasan yang luas kepada mitra, sehingga mitra dapat mengelola usaha secara lebih efektif dan efisien, penggunaan bahan baku yang baik, adanya inovasi produk dalam suatu usaha, serta kegiatan promosi secara tidak langsung akan memiliki pengaruh terhadap kelangsungan usaha.

### **Ucapan Terimakasih**

Daya dukung utama dari kegiatan ini adalah adanya dukungan dari LPPM Universitas Warmadewa yang telah memfasilitasi pendanaan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada usaha jaja uli Asanadi dapat berjalan dengan lancar.

### **Daftar Pustaka**

- Ahimsa-Putra, H. S. (2019a). Bahasa, Sastra, Dan Kearifan Lokal Di Indonesia. *Mabasan*, 3(1).  
<https://doi.org/10.26499/mab.v3i1.115>
- Ahimsa-Putra, H. S. (2019b). Koentjaraningrat Dan Integrasi Nasional Indonesia: Sebuah Telaah Kritis. *Patra Widya: Seri Penerbitan Penelitian Sejarah Dan Budaya.*, 20(2).  
<https://doi.org/10.52829/pw.v20i2.288>
- Fadhilah S, N. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Kelompok Usaha Rumah Tangga Binaan Yayasan EcoNatural Society di Kabupaten Kepulauan Selayar). *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*, 8.
- Fitri, R., & Bundo, M. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Industri Rumah Tangga Pangan di Kota Padang. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2).

<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.379>

- Nurmansyah, G., Rodliyah, N., & Hapsari, R. A. (2019). Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengetahui Antropologi. In *Publikasi Universitas Bandar Lampung*.
- Pramuki, N. M. W. A. (2020). Antecedents of the Use of MSME Social Media: In The Perspective of Technology Acceptance Model Theory. *International Journal of Contemporary Research and Review*. <https://doi.org/10.15520/ijcrr.v11i04.800>
- Supatmi, S. (2019). Local Wisdom: Deskripsi, Tantangan, dan Peluangnya dalam Penelitian Interpretif. *Perspektif Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/10.24246/persi.v2i2.p121-144>
- Trisnadewi, E., Amlayasa, B., & Rupa, I. W. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja siskeudes dalam meningkatkan kualitas laporan keuangan dana desa. *Jurnal Akuntansi FEB Universitas Bengkulu*, 10(1), 37–52.