

INOVASI ROTI PANGGANG KEMANGI SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN VARIAN KULINER DI KOTA MALANG

Afif Eka Rahma Setiyanto¹, Aminatun Munawarti¹

¹Jurusan Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Brawijaya

² Jl. Veteran, Ketawanggede, Lowokwaru, Malang 65145

Email : afarato@gmail.com

Abstrak

Uji coba bisnis roti panggang kemangi (Tipangi) dilakukan untuk memenuhi tugas mata kuliah kewirausahaan dengan tujuan kegiatan untuk mengetahui bisnis Tipangi mengalami kerugian atau memperoleh keuntungan berdasarkan perhitungan BEP, untuk mengetahui pendapat masyarakat terhadap Tipangi, serta untuk mengetahui minat masyarakat terhadap Tipangi. Tahap pelaksanaan kegiatan terdiri dari persiapan usaha dengan rincian kegiatan pembelian bahan baku, pembuatan logo, penentuan pemasaran, serta persiapan produksi, produksi produk pertama kali sebagai percobaan pembuatan produk hingga produk berhasil dan layak dipasarkan, dan pemasaran produk. Dari praktik kewirausahaan, kesimpulan yang dapat diambil dari bisnis Tipangi adalah bisnis ini memberikan laba sebesar Rp 400,- per roti panggang. Dalam uji coba, roti panggang yang diproduksi sebanyak 23 potong dan seluruhnya terjual. Masyarakat memiliki minat yang baik terhadap produk Tipangi. Masyarakat memberi penilaian baik terhadap Tipangi, yaitu 54,55% rasanya cukup enak dan 45,45% rasanya sangat enak, sebanyak 63,64% penampilan produk cukup menarik dan 36,36% penampilan produk sangat menarik.

Kata kunci : Tipangi, kemangi, roti tawar, BEP, kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

Malang merupakan kota yang memiliki potensi wisata. Malang berada di tengah-tengah destinasi wisata Kota Batu dan pantai di Kabupaten Malang. Hal itu menjadikan Malang cocok sebagai tempat tinggal sejenak atau transit sebelum wisatawan melanjutkan perjalanan ke tujuan destinasi wisata tersebut. Saat berwisata biasanya wisatawan mencari oleh-oleh makanan khas dari tempat wisata. Oleh-oleh makanan khas didukung dengan pertumbuhan sektor industri mikro gastronomi olahan hortikultura (Sunaryo dkk.,2019).

Malang memiliki keragaman kuliner yang banyak untuk dijadikan oleh-oleh, misalnya apel, bakso beku, bolu, coklat, keripik tempe, bakpia dll. Sentra penjualan oleh-oleh makanan khas Malang antara lain Kampung Sanan, Ini Keripik, Malang Strudel, Lapis Malang, Pia Mangkok, dll (Sunaryo dkk.,2019). Jumlah pelaku wisata kuliner di Kota Malang hingga akhir tahun 2015 sebanyak 508 yang tersebar di lima kecamatan (Iqbal & Kurniawan, 2017). Roti di Malang memiliki banyak varian juga, seperti brownies, cake, roti panggang, serta roti maryam (Santoso, 2015 ; Lisa & Andi, 2011). Roti tawar juga beredar di kota malang. Roti tawar kaya akan karbohidrat, protein, dan mineral (Tabel 1).

Tabel 1. Kandungan roti tawar per 100 gram

Kandungan	Jumlah
Energi (kkal)	248
Karbohidrat (g)	50
Protein (g)	8
Kalsium (mg)	10
Fosfor (mg)	95
Besi(mg)	1,5

Sumber : Nugroho dkk. (2016)

Keragaman kuliner di Malang dipengaruhi oleh Malang yang memiliki kekayaan alam dan budaya. Selain itu, Malang memiliki kekayaan sumber daya alam lokal yang sangat banyak seperti ubi, jagung, dll. Namun, pemanfaatan sumber daya alam lokal ini masih belum maksimal dalam wisata kuliner. Salah satu penyebabnya adalah masyarakat yang masih banyak bergantung pada beras (Prayogi, 2017).

Salah satu sumber kekayaan alam di malang adalah tanaman kemangi. Ciri khas kemangi adalah aroma dan rasa dari kemangi yang khas sehingga membuat orang suka mengonsumsi kemangi (Maghfoer dkk.,2019). Tanaman ini biasanya banyak dijual di pasar dan tempat belanjaan. Tanaman ini diambil daunnya untuk berbagai jenis kuliner, antara lain untuk lalapan, pelan ikan, trancam, pecel, dll.

Hingga saat ini belum ditemukan penggunaan kemangi untuk roti panggang. Kemangi kaya akan nutrisi terutama karbohidrat, protein, mineral, dan anti oksidan beta karoten (Tabel 2).

Tabel 2. Kandungan kemangi per 100 gram

Kandungan	Jumlah
Energi(kkal)	23
Karbohidrat (g)	2,65
Lemak (g)	0,64
Protein (g)	3,15
Serat (g)	1,60
Asam Folat (mcg)	68
Niasin (mg)	0,902
Thiamin (mg)	0,034
Riboflavin (mg)	0,076
Vitamin B5 (mg)	0,209
Vitamin B6 (mg)	0,155
Vitamin A (IU)	5275
Vitamin C (mg)	18
Vitamin E (mg)	0,80
Potasium (mg)	295
Kalsium (mg)	177
Tembaga (mg)	385
Besi (mg)	3,17
Magnesium (mg)	64
Mangan (mg)	1,15
β -karoten (mcg)	3142

Sumber : Maghfoer dkk. (2019)

Berdasarkan paparan diatas, maka pembuatan produk Roti Panggang Kemangi (Tipangi) dapat menjadi peluang untuk pengembangan kuliner roti di Malang. Terkait dengan tugas mata kuliah kewirausahaan, dilakukan uji coba bisnis tipangi dengan tujuan kegiatan : 1) untuk mengetahui apakah bisnis Tipangi merugi ataukah beruntung berdasarkan perhitungan BEP, 2) untuk mengetahui pendapat masyarakat terhadap Tipangi, 3) untuk mengetahui minat masyarakat terhadap Tipangi.

2. METODE PENGABDIAN

Tahap pelaksanaan kegiatan tugas kewirausahaan terdiri dari:

- (1) persiapan usaha berupa pembelian bahan baku, pembuatan logo, penentuan pemasaran, serta persiapan produksi ,
- (2) produksi produk pertama kali sebagai percobaan pembuatan produk hingga berhasil dan layak dipasarkan, dan
- (3) pemasaran produk.

Bahan baku yang digunakan untuk produksi Tipangi adalah roti tawar, minyak goreng, kemangi, telur, bawang bubuk, dan keju. Langkah-langkah pembuatan produk adalah sebagai berikut :

1. Daun kemangi dipetik dari batang;
2. Daun kemangi dicuci dibawah air mengalir;
3. Panci diisi dengan air sampai batas tinggi daun kemangi di dalam panci kemudian direbus. Perebusan dihentikan saat kemangi sudah matang agar rasa dan aroma kemangi tidak hilang;
4. Daun kemangi ditiris kemudian diletakkan ke dalam baskom
5. Bawang bubuk 1 bungkus dan 3 butir telur dimasukkan ke dalam baskom yang berisi daun kemangi. Campurkan dengan sendok hingga adonan merata.
6. Adonan diambil dan diletakkan diatas sepotong roti tawar. Adonan disebar hingga merata. Letakkan tiga irisan tipis sosis diatas adonan.
7. Wajan diisi dengan minyak goreng 2 sdm dan dipanaskan untuk setiap sepotong roti
8. Roti dipanggang diatas wajan dengan posisi bagian adonan kemangi berada di bawah. Api yang dinyalakan jangan terlalu besar.
9. Setelah matang, roti dibalik
10. Roti yang telah selesai diletakkan di piring

11. Parutan keju disebar diatas bagian roti yang ada kemangi. Jangan terlalu banyak dalam memberikan keju
12. Roti panggang dikemas dalam plastik.
13. Produk siap dijual.



Gambar 1. Langkah-langkah pembuatan Tipangi: (A) pemetikan daun kemangi, (B) pencucian daun kemangi, (C) perebusan daun kemangi, (D) penirisan daun kemangi, (E) peletakan adonan di atas roti, (F) pemanggangan roti, (G) penaburan parutan keju di atas roti, (H) pengemasan produk

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan percobaan pembuatan produk, maka diperoleh anggaran biaya untuk produksi Tipangi. Anggaran biaya untuk produksi 13 unit produk adalah:

• <i>Fixed Cost</i>	
1. Gas LPG 3 kg	: Rp.5.000
Total	: Rp.5.000
• <i>Variabel Cost</i>	
1. Roti Tawar	: Rp.7.600
2. Minyak goreng	: Rp.1.000
3. Kemangi (2 ikat)	: Rp.2.000
4. Telur (3 butir)	: Rp.3.000
5. Bawang Bubuk	: Rp.1.000
6. Keju	: Rp.2.500
7. Sosis	: Rp.1.000
8. Plastik	: Rp.650
Total	: Rp.20.750 / 13 unit
Harga per unit	: Rp.1.600

Untuk mengetahui pada titik berapa bisnis ini mencapai titik impas, maka digunakan analisis BEP (*Break Even Point*). Hubungan biaya variabel, biaya tetap, keuntungan, serta volume kegiatan dapat diketahui melalui analisis BEP (Purnomo dkk., 2020). Analisis BEP unit untuk usaha ini adalah sebagai berikut:

<i>Fixed cost (FC)</i>	: Rp.5.000
<i>Variable Cost (VC)</i>	: Rp.20.750 / 13 unit
	: Rp.1.600
<i>Prize</i>	: Rp.2.000

Berikut adalah perhitungan dari BEP:

$$BEP \text{ unit} = \frac{FC}{P-VC} = \frac{Rp5.000}{Rp2.000-Rp1.600}$$

Produk yang telah diproduksi sebanyak 23 unit. Hingga saat ini, jumlah produk yang telah terjual sebesar 23 potong roti. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan produk telah mencapai nilai BEP. Setiap produk yang terjual diperoleh laba sebesar Rp400,00. Oleh karena itu, total laba yang diperoleh hingga sekarang sebesar Rp9.200,00.

Untuk evaluasi, kuisisioner tentang produk diberikan setelah konsumen membeli. Kuisisioner berisi tentang penilaian terhadap rasa, penilaian terhadap penampilan produk, serta saran dan komentar. Kuisisioner yang telah diisi oleh konsumen ditunjukkan pada Gambar 2. Hasil menunjukkan seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 3.

Gambar 2. Kuisisioner yang telah diisi oleh konsumen hari pertama

Gambar 3. Kuisisioner yang telah diisi oleh konsumen hari kedua

Tabel 3. Evaluasi kegiatan pemasaran produk Tipangi

Aspek	Respon
Penilaian Terhadap Rasa	a.Sangat enak : 5 (45,45%) b.Cukup enak : 6 (54,55%) c.Kurang enak : 0 (0%)
Penilaian Terhadap Penampilan Produk	a.Sangat menarik : 4 (36,36%) b.Cukup menarik : 7 (63,64%) c.Kurang menarik : 0 (0%)
Komentar dan Saran	a.Kemangi sangat banyak tetapi rasa kemangi tidak terasa b.Ditambah sosis c.Kemangi sudah lebih terasa d.Roti agak gosong e.Rasanya sudah enak f.Kemasan agar dibuat lebih menarik

Dari tabel 2, terlihat bahwa penilaian terhadap rasa, 54,55% dari total responden mengatakan bahwa rasa produk cukup enak dan 45,45% sisanya mengatakan bahwa rasa produk sangat enak. Aspek penilaian terhadap penampilan produk sebanyak 63,64% responden mengatakan bahwa penampilan produk cukup menarik dan 36,36% sisanya mengatakan bahwa penampilan produk sangat menarik.

Total konsumen yang membeli sebanyak 8 orang. Terdapat tiga konsumen yang membeli produk dua kali. Konsumen di hari pertama mengatakan bahwa kemangi yang digunakan banyak tetapi rasanya tidak ada. Beberapa konsumen juga menyarankan agar ditambah sosis di dalam roti. Oleh karena itu, penjualan berikutnya, kemangi direbus dalam jangka waktu yang lebih pendek dari sebelumnya serta ditambahkan sosis. Konsumen memberikan komentar bahwa rasa kemangi lebih terasa. Namun, memang ada roti yang gosong. Hal ini menjadi evaluasi dalam pemanggangan roti. Selain itu, konsumen juga ada yang menyarankan agar kemasan yang digunakan lebih menarik. Hal ini merupakan masukan untuk peningkatan dalam pembuatan kemasan produk.

Total laba yang diperoleh dari bisnis ini belum terlalu besar. Permasalahan yang muncul dalam uji coba pemasaran adalah promosi berkeliling sehingga belum efektif. Oleh karena itu, kedepannya perlu dilakukan promosi melalui digital marketing agar penjualan lebih efektif seperti melalui *online shop* seperti Shopee. Menurut Hadi & Khairi (2020) teknologi digital dapat menjadi pusat kehidupan sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, pemasaran digital sebagai komunikasi pemasaran dibutuhkan di era sekarang. Penjualan produk di siang hari dirasa kurang begitu efisien. Solusi yang dapat dilakukan adalah menjual produk pada pagi hari mengingat pagi hari merupakan waktu untuk sarapan dan banyak masyarakat yang membutuhkan sarapan yang siap saji karena tidak sempat memasak ataupun makan di rumah. Penitipan ke penjual jajan atau penjual sayur di pagi hari juga dapat menjadi alternatif solusi.



Gambar 4. Konsumen produk Tipangi

4. SIMPULAN

Dari praktik kewirausahaan ini dapat disimpulkan bahwa bisnis Tipangi memberikan keuntungan sebesar Rp 400,- per roti panggang. Dalam uji coba, terjual roti panggang sebanyak 23 roti panggang dari 23 roti panggang yang dibuat. Masyarakat memiliki minat yang baik terhadap adanya roti panggang kemangi. Hal ini terlihat dari 23 unit produk laku terjual semua. Masyarakat memberi penilaian baik terhadap Tipangi, yaitu 54,55% rasanya cukup enak dan 45,45 sangat enak, sebanyak 63,64% penampilan produk cukup menarik dan 36,36% sangat menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, I. (2019). 5 Manfaat Roti Panggang untuk Kesehatan yang Jarang Diketahui. Diakses pada Mei 2021, tersedia di : <https://www.idntimes.com/health/fitness/izah-cahya-novembrilanti/manfaat-roti-panggang-untuk-kesehatan-c1c2/5>
- Hadi, A.S. & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127-132.
- Iqbal, M.M., & Kurniawan, D. (2017). Implementasi Kebijakan Pengembangan Wisata Kuliner Kota Malang. *JPSI (Journal Publis Sector Innovations)*, 1(2), 59-65.
- Lisa & Andi. (2011). 28 Resep Jajan Panggang Populer. Jakarta : DeMedia Pustaka.
- Maghfoer, M.D., Yurlisa, K., Aini, N., & Yamika, W.S.D. (2019). Sayuran Lokal Indonesia (Provinsi Jawa Timur). Malang : UB Press.
- Nugrahani, R. & Maghfoer, M.D. (2019). Perbedaan Pertumbuhan dan Potensi Hasil 9 Jenis Tanaman Kemangi (*Ocimum basilicum L.*). *Jurnal Produk Tanaman*, 7(10), 1936-1942.
- Nugroho, H.I., Dewi, E.N., & Rianingsih, L. 2016. Pengaruh Penambahan Tepung Daging Ikan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) Terhadap Nilai Gizi Roti Tawar. *Jurnal Pengolahan & Bioteknologi Hasil Perikanan*, 5(4), 11-19.
- Prayogi, D. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal. *Pesona*, 2(1), 1-13.
- Purnomo, A., Sudirman, A., Hasibuan, A., Sudarso, A., Sahir, S.H., Salmiah, Chamidah, R.M.D., Koryati, T., & Simarmata, J. (2020). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Santoso, E.I., Hagijanto, A.D., & Maer, B.D.A. (2015). Perancangan Promosi Varian Roti Tempo Dulu Toko Roti Ganep's Surakarta. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6), 1-12.
- Sunaryo, N.A., Putra, I N.D., & Dewi, M.H.U. (2019). Perkembangan Wisata Belanja "Oleh-Oleh Makanan" di Kota Malang. *JUMPA*, 6(1), 25-47.