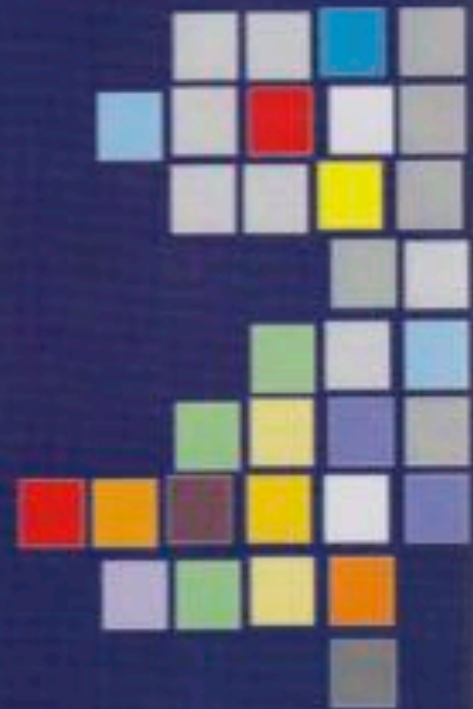


Vol. 3, September 2017

ISSN : 2477 - 4979

# PROSIDING SINDHAR III

## SEMINAR NASIONAL 2017 DISEMINASI HASIL RISET DAN PENGABDIAN MASYARAKAT



Diselenggarakan Oleh  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)  
UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR

September  
30, 2017

Proceeding SINDHAR III  
(Seminar Ilmiah Nasional dan Diseminasi Hasil Riset)  
Nomor ISSN : 2477-4979

**PROSIDING SINDHAR III – 2017**

(Seminar Ilmiah Nasional dan Diseminasi Hasil Riset dan Pengabdian)  
Volume 3 – September 2017

**DIGITALISASI DAN TRANSFORMASI HASIL RISET DAN PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT MENUJU PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN**

ISSN : 2477-4979

**PENERBIT**

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)  
UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR

**Alamat Redaksi :**

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)  
Jl. Urip Sumohardjo Km 4 Kampus II Lt. 5 Ruang Sidang IPTEKS  
Telp. 0411- 425 902 – 452 789 Fax. 0411-452 568  
Email : [sindhhar\\_unibos@gmail.com](mailto:sindhhar_unibos@gmail.com)  
Makassar- Sulawesi Selatan

September  
30, 2017

Proceeding SINDHAR III  
[Seminar Ilmiah Nasional dan Diseminasi Hasil Riset]  
Nomor ISSN : 2477-4979

### SINDHAR III

Seminar Ilmiah Nasional dan Diseminasi Hasil Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat  
Volume 3 – September 2017

Editor :  
Jufriadi,

Desain sampul : Tim Prosiding

Penerbit : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas  
Bosowa Makassar

@2015, Hak cipta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bosowa Makassar. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi prosiding ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotocopy, memindai atau dengan penyimpanan lainnya tanpa izin dari penerbit.

ISSN : 2477-4979





September  
30, 2017

Proceeding SINDHAR III  
(Seminar Ilmiah Nasional dan Diseminasi Hasil Riset)  
Nomor ISSN : 2477-4970

## DEWAN REDAKSI

**Ketua Dewan Redaksi**  
Dr. Hasanuddin Remmang, SE., M.Si

**Editor Pelaksanaan:**  
H. Muh. Idris, SE., M.Si  
Dr. Haeruddin Saleh, SE., M.Si  
Dr. Muhlis Ruslan, SE., M.Si  
Dr. Syafri, ST, MSi  
Dr. Ir. Muh. Natsir Abduh, M.Si  
Ir. Jufriadi., MSP  
Zulkifli Makkawaru, SH., MH  
Ir. Rahmadi Jasmin, MP  
Fathimah Az Zahra, Spd., MPd

### Sampul :

Tim Prosiding LPPM UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR

### Penerbit:

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Bosowa Makassar

Pengembangan Usaha Sarung Desa Lipungan Kecamatan Minasate'ne Kabupaten Pangkajene Kepulauan <i>Widiastuti dan Andi Batary Cita</i> .....	E 72 – E 75
Pemberdayaan Lahan Kritis Untuk Bercocok Tanam Jagung Kuning Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Petani <i>Rafiquddin</i> .....	E 76 – E 82
Pengembangan Inovasi Kue Tradisional Putucangkir Dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Gowa <i>Hernita dan Iwan Perwira</i> .....	E 83 – E 90
Peningkatan Pendapatan Budidaya Ikan Lele Kolam Pekarangan Kelurahan Bara- Baraya Kota Makassar <i>Sukmawati</i> .....	E 91 – E 95
Pengaruh Karakteristik Toko Dan Produk Bagi Konsumen Di Indonesia Terhadap Pembelian Impulsif <i>Aditya Halim Perdana Kusuma dan Munawir Nasir</i> .....	E 96 – E 104
Analisis Akuntabilitas Kinerja Sekretariat Daerah Kabupaten Mamasa <i>Petrus Ma'na dan Petrus P. Roreng</i> .....	E 105 – E 111
Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Perilaku Wirausaha Serta Dampaknya Pada Keberlangsungan Usaha Jasa Makanan Dan Minuman Di Kota Makassar <i>Chalyono, Siti Haearani dan Anwar Ramli</i> .....	E 112 – E 117
<b><u>Artikel Bidang Keilmuan Teknik</u></b>	
Empowerment Fishermen To Increase Production And Income On The Island Of Barrang Lompo In The Land Makassar <i>Syafril dan Mublis Ruslan</i> .....	T 1 – T 6
Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Bonto Tallasa Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng <i>Jufriadi</i> .....	T 7 – T 13
Peningkatan Usaha Produksi Tahu Di Kelurahan Karang Anyer Kecamatan Mariso Kota Makassar <i>M. Natsir Abdul, Thamrin Abdul dan Leny Sandang</i> .....	T 14 – T 18
Teknologi Pengolahan Makanan Berbahan Dasar Ayam Menjadi Abon Desa Campaligiang Kabupaten Sidrap <i>Hermawati dan Hjiyah</i> .....	T 19 – T 24
Pembuatan Dodol Pangi Sebagai Salah Satu Makanan Khas Kabupaten Soppeng <i>Arman Setiawan dan Andi Rumpang Yusuf</i> .....	T 25 – T 29
Peningkatan Pendapatan Masyarakat Nelayan Kelurahan Lae-Lae Kota Makassar <i>Ridwan dan M.Tang</i> .....	T 30 – T 34



PENGEMBANGAN INOVASI KUE TRADISIONAL PUTUCANGKIR  
DALAM Penguatan EKONOMI MASYARAKAT  
DI KABUPATEN GOWA

Oleh

Hernita<sup>1)</sup>, Iwan Perwira<sup>2)</sup>

Email : <sup>1)</sup>[hernita.sahban@yahoo.com](mailto:hernita.sahban@yahoo.com), <sup>2)</sup>[iwanpzb69@gmail.com](mailto:iwanpzb69@gmail.com)

Dosen STIM Lasharan Jaya Makassar

ABSTRAK

Pengembangan inovasi kue tradisional putucangkiri dalam penguatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Gowa menggunakan jenis penelitian kualitatif melalui pendekatan fenomenologi adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi pengembangan kue tradisional putucangkiri telah memberikan warna dalam khasanah produk kuliner tersebut setelah puluhan tahun dominasi hanya memiliki 2 warna kini memiliki warna yang beragam, namun meskipun potensi penjualan tersebut mampu meningkatkan ekonomi khususnya masyarakat kelas bawah, kue putucangkiri belum familiar di mall atau supermarket tetapi mampu menghidupkan ekonomi pada kelas pinggiran yang dominasinya meraup pembeli dari berbagai lapisan masyarakat

*Keywords: Inovasi, Pengembangan, Kue, Ekonomi, Masyarakat*

I. PENDAHULUAN

I. Analisis Situasi

Bisnis kuliner yang paling kentara berkembang secara cepat dalam beberapa tahun terakhir ini adalah jenis makanan modern yang mengusung embel-embel "cepat saji". Makanan ini seperti burger, pizza, pasta, dan donat. Meski begitu, makanan atau kue-kue tradisional tak pernah kehilangan pamor dan pasarnya. Lihat saja, panganan lokal itu tak hanya bisa dijumpai di pasar tradisional namun juga di pusat perbelanjaan modern seperti mall dan supermarket. Bagaimanapun rasa kue tradisional paling sesuai dengan lidah orang Indonesia.

Peluang bisnis makanan tradisional masih terbuka lebar lantaran negara ini terdiri dari banyak daerah dan beragam suku. Dan, setiap daerah itu punya makanan tradisional dengan ciri khasnya. Di sisi lain, mayoritas masyarakat negara ini senang merantau ke daerah lain. Otomatis, di tanah perantauan, orang tetap mengingat kampung halamannya. Salah satu obat penyalur rasa kangen tersebut mencicipi panganan tradisional dari daerah asalnya tersebut. Biasanya permintaan makanan tradisional akan meningkat pesat pada momen-momen tertentu, seperti bulan Ramadhan. Meski begitu, sesuai dengan semboyan negara ini, yaitu Bhinneka Tunggal Ika, makanan tradisional dari

daerah lain juga tak asing dan bisa dinikmati oleh orang dari daerah lain. Misalnya: tahu petis, batagor, pempek Palembang, atau bakso tahu, yang menjadi panganan favorit banyak orang dari berbagai daerah.

Usaha kue ini adalah usaha yang paling mudah untuk dikembangkan. Karena banyaknya peminat kue. Dan kue ini juga termasuk jenis makanan yang mudah diterima diberbagai kalangan masyarakat. Mulai dari anak-anak, remaja, dan para orang tua. Alasan memilih bisnis ini dikarenakan jenis makanan kue banyak disukai kalangan masyarakat. Bukan hanya itu bahan-bahan untuk membuat kue ini pun sangat mudah untuk diperoleh. Proses pembuatan kue ini sangat mudah. Modal yang dibutuhkan mungkin sedikit mahal namun mampu memberikan keuntungan yang besar. Sehingga modal yang dikeluarkan dapat kembali dengan cepat.

Untuk proses produksi tidak terlalu sulit. Karena kita bisa menjualnya diberbagai tempat selain di gerai tokoh seperti di pasar, di warung-warung setempat dan lain-lainnya. Kue ini juga dapat menunda lapar ketika kita tidak sempat untuk sarapan, maupun makan siang. Selain memperoleh keuntungan yang lumayan besar, usaha ini juga mempunyai beberapa resiko yang dapat merugikan. Misalnya memproduksi kue sekitar ± 420 buah kue dalam satu hari. Namun

# **Pengembangan Inovasi Kue Tradisional Putucangkir Dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Gowa**

**Dr. Hernita, SE. MM**  
STIM Lasharan Jaya Makassar  
Email : [hernita.sahban@yahoo.com](mailto:hernita.sahban@yahoo.com)

**Iwan Perwira, SE. MM**  
STIM Lasharan Jaya Makassar  
Email : [iwanpzb69@gmail.com](mailto:iwanpzb69@gmail.com)

## **Abstrak**

*Pengembangan inovasi kue tradisional putucangkiri dalam penguatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Gowa menggunakan jenis penelitian kualitatif melalui pendekatan fenomenologi adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi pengembangan kue tradisional putucangkiri telah memberikan warna dalam khasanah produk kuliner tersebut setelah puluhan tahun dominasi hanya memiliki 2 warna kini memiliki warna yang beragam, namun meskipun potensi penjualan tersebut mampu meningkatkan ekonomi khususnya masyarakat kelas bawah, kue putucangkiri belum familiar di mall atau supermarket tetapi mampu menghidupkan ekonomi pada kelas pinggiran yang dominasinya meraup pembeli dari berbagai lapisan masyarakat*

**Keywords:** Inovasi, Pengembangan, Kue, Ekonomi, Masyarakat

## **A. Pendahuluan**

Bisnis kuliner yang paling kentara berkembang secara cepat dalam beberapa tahun terakhir ini adalah jenis makanan modern yang mengusung embel-embel "cepat saji". Makanan ini seperti burger, pizza, pasta, dan donat. Meski begitu, makanan atau kue-kue tradisional tak pernah kehilangan pamor dan pasarnya. Lihat saja, penganan lokal itu tak hanya bisa dijumpai di pasar tradisional namun juga di pusat perbelanjaan modern seperti mal dan supermarket. Bagaimanapun rasa kue tradisional paling sesuai dengan lidah orang Indonesia. Peluang bisnis makanan tradisional masih terbuka lebar lantaran negara ini terdiri dari banyak daerah dan beragam suku. Dan, setiap daerah itu punya makanan tradisional dengan ciri khasnya. Di sisi lain, mayoritas masyarakat negara ini senang merantau ke daerah lain. Otomatis, di tanah perantauan, orang tetap mengingat kampung halamannya. Salah satu obat penyalur rasa kangen tersebut mencicipi penganan tradisional dari daerah asalnya tersebut. Biasanya permintaan makanan tradisional akan meningkat pesat pada momen-momen tertentu, seperti bulan Ramadhan. Meski begitu, sesuai dengan semboyan negara ini, yaitu Bhinneka Tunggal Ika, makanan tradisional dari daerah lain juga tak asing dan bisa dinikmati oleh orang dari daerah lain.

Misalnya: tahu petis, batagor, pempek Palembang, atau bakso tahu, yang menjadi panganan favorit banyak orang dari berbagai daerah.

Usaha kue ini adalah usaha yang paling mudah untuk dikembangkan. Karena banyaknya peminat kue. Dan kue ini juga termasuk jenis makanan yang mudah diterima diberbagai kalangan masyarakat. Mulai dari anak-anak, remaja, dan para orang tua.

Alasan memilih bisnis ini dikarenakan jenis makanan kue banyak disukai kalangan masyarakat. Bukan hanya itu bahan-bahan untuk membuat kue ini pun sangat mudah untuk diperoleh. Proses pembuatan kue ini sangat mudah. Modal yang dibutuhkan mungkin sedikit mahal namun mampu memberikan keuntungan yang besar. Sehingga modal yang dikeluarkan dapat kembali dengan cepat.

Untuk proses produksi tidak terlalu sulit. Karena kita bisa menjualnya diberbagai tempat selain di gerai tokoh seperti di pasar, diwarung-warung setempat dan lain-lainnya. Kue ini juga dapat menunda lapar ketika kita tidak sempat untuk sarapan, maupun makan siang.

Selain memperoleh keuntungan yang lumayan besar, usaha ini juga mempunyai beberapa resiko yang dapat merugikan. Misalnya memproduksi kue sekitar  $\pm$  420 buah kue dalam satu hari. Namun kenyataannya yang terjual hanya 390 buah kue. Hal ini dikarenakan banyaknya persaingan dari berbagai usaha-usaha kue lainnya. Selain itu kue-kue ini hanya bertahan dalam 2 atau 3 hari saja. Jika menjual kue keesokan harinya atau 2-3 hari, akan memberikan rasa yang berbeda dan tidak enak. Ini merupakan salah satu kerugian dari usaha kue ini. Bukan hanya itu kita juga harus menyesuaikan lidah masyarakat dengan kue yang diproduksi. Dan harus menerima kritik dan saran dari berbagai pihak yang menikmati jajanan yang produksi.

## **Rumusan Masalah**

Bagaimana inovasi pengembangan produk kue tradisional putucangkiri dalam kaitan penguatan ekonomi masyarakat

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **A. Pemberdayaan Masyarakat**

Kegiatan pengembangan masyarakat merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan suatu kelompok tertentu di suatu daerah. Pengembangan masyarakat tersebut biasa dikenal dengan istilah pemberdayaan (empowerment) masyarakat. Ada beberapa definisi mengenai konsep pemberdayaan. Ife (dalam Martono, 2011) mendefinisikan konsep pemberdayaan masyarakat sebagai proses menyiapkan masyarakat dengan berbagai sumber daya, kesempatan, pengetahuan, dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas diri masyarakat di dalam menentukan masa depan mereka, serta berpartisipasi dan memengaruhi kehidupan dalam komunitas masyarakat itu sendiri. Kartasasmita (1995), mengemukakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Intinya bahwa pemberdayaan



masyarakat bertujuan untuk melahirkan masyarakat yang mandiri dengan menciptakan kondisi yang memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang.

## **B. Pengertian Pemberdayaan Perempuan**

Realitas ketidakadilan bagi kaum perempuan mulai dari marginalisasi, makhluk Tuhan nomor dua, separoh harga laki-laki, sebagai pembantu, tergantung pada laki-laki dan bahkan sering diperlakukan dengan kasar atau setengah budak. Seakan memposisikan perempuan sebagai kelompok masyarakat kelas dua, yang berimbas pada berkurangnya hak-hak perempuan termasuk hak untuk mendapatkan pendidikan. Kondisi perempuan di Indonesia dalam bidang pendidikan relatif masih sangat rendah dibandingkan laki-laki. Semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin sedikit jumlah perempuan yang menggapainya.

Pemberdayaan merupakan transformasi hubungan kekuasaan antara laki-laki dan perempuan pada empat level yang berbeda, yakni keluarga, masyarakat, pasar dan negara. Konsep pemberdayaan dapat dipahami dalam dua konteks. Pertama, kekuasaan dalam proses pembuatan keputusan dengan titik tekan pada pentingnya peran perempuan. Kedua, pemberdayaan dalam term yang berkaitan dengan fokus pada hubungan antara pemberdayaan perempuan dan akibatnya pada laki-laki di masyarakat yang beragam. Kindervatter menekankan konsep pemberdayaan sebagai proses pemberian kekuatan dalam bentuk pendidikan yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan kepekaan terhadap perkembangan sosial, ekonomi dan politik sehingga pada akhirnya mereka mampu memperbaiki dan meningkatkan kedudukannya di masyarakat. Cakupan dari pemberdayaan tidak hanya pada level individu namun juga pada level masyarakat dan pranata-pranatanya. Yaitu menanamkan pranata nilai-nilai budaya seperti kerja keras, keterbukaan dan tanggung jawab.

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberdayaan (empowerment), berasal dari kata power yang artinya keberdayaan atau kekuasaan. Pemberdayaan adalah suatu cara dengan mana seseorang, rakyat, organisasi, dan komunitas diarahkan agar mampu menguasai (berkuasa atas kehidupannya). Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan didefinisikan sebagai proses dimana pihak yang tidak berdaya bisa mendapatkan kontrol yang lebih banyak terhadap kondisi atau keadaan dalam kehidupannya. kontrol ini meliputi kontrol terhadap berbagai macam sumber (mencakup fisik dan intelektual) dan ideologi meliputi (keyakinan, nilai dan pemikiran).

Menurut Novian (2010) pemberdayaan perempuan adalah upaya pempampuan perempuan untuk memperoleh akses dan kontrol terhadap sumber daya, ekonomi, politik, sosial, budaya, agar perempuan dapat mengatur diri dan meningkatkan rasa percaya diri untuk mampu berperan dan berpartisipasi aktif dalam memecahkan masalah, sehingga mampu membangun kemampuan dan konsep diri. Pemberdayaan perempuan merupakan sebuah proses sekaligus tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan adalah kegiatan memperkuat kekuasaan dan keberdayaan kelompok lemah

dalam masyarakat. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan merujuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh perubahan sosial, yaitu masyarakat menjadi berdaya.

Pemberdayaan perempuan merupakan upaya untuk mengatasi hambatan guna mencapai pemerataan atau persamaan bagi laki-laki dan perempuan pada setiap tingkat proses pembangunan. Teknik analisis pemberdayaan atau teknik analisis Longwe sering dipakai untuk peningkatan pemberdayaan perempuan khususnya dalam pembangunan. Sara H. Longwe mengembangkan teknik analisis gender yang dikenal dengan Kerangka Pemampuan Perempuan. Metode Sara H. Longwe didasarkan pada pentingnya pembangunan bagi perempuan, bagaimana menangani isu gender sebagai kendala pemberdayaan perempuan dalam upaya memenuhi kebutuhan spesifik perempuan dan upaya mencapai kesetaraan gender (Muttalib, 1993). Kriteria analisis yang digunakan dalam metode ini adalah (1) tingkat kesejahteraan, (2) tingkat akses (terhadap sumberdaya dan manfaat), (3) tingkat kesadaran, (4) tingkat partisipasi aktif (dalam pengambilan keputusan), dan (5) tingkat penguasaan (kontrol). Pemahaman akses (peluang) dan kontrol (penguasaan) disini perlu tegas dibedakan. Akses (peluang) yang dimaksud di sini adalah kesempatan untuk menggunakan sumberdaya ataupun hasilnya tanpa memiliki wewenang untuk mengambil keputusan terhadap cara penggunaan dan hasil sumberdaya tersebut, sedangkan kontrol (penguasaan) diartikan sebagai kewenangan penuh untuk mengambil keputusan atas penggunaan dan hasil sumberdaya. Dengan demikian, seseorang yang mempunyai akses terhadap sumberdaya tertentu, belum tentu selalu mempunyai kontrol atas sumberdaya tersebut, dan sebaliknya.

Pendekatan pemberdayaan (empowerment) menginginkan perempuan mempunyai kontrol terhadap beberapa sumber daya materi dan nonmateri yang penting dan pembagian kembali kekuasaan di dalam maupun diantara masyarakat (Moser dalam Daulay, 2006). Di Indonesia keberadaan perempuan yang jumlahnya lebih besar dari laki – laki membuat pendekatan pemberdayaan dianggap suatu strategi yang melihat perempuan bukan sebagai beban pembangunan melainkan potensi yang harus dimanfaatkan untuk menunjang proses pembangunan.

Menurut Moser dalam Daulay (2006) bahwa strategi pemberdayaan bukan bermaksud menciptakan perempuan lebih unggul dari laki – laki kendati menyadari pentingnya peningkatan kekuasaan, namun pendekatan ini mengidentifikasikan kekuasaan bukan sebagai dominasi yang satu terhadap yang lain, melainkan lebih condong dalam kapasitas perempuan meningkatkan kemandirian dan kekuatan internal. Menurut Suyanto dan Susanti (1996) dalam Daulay (2006) bahwa yang diperjuangkan dalam pemberdayaan perempuan adalah pemenuhan hak mereka untuk menentukan pilihan dalam kehidupan dan mempengaruhi arah perubahan melalui kesanggupan untuk melakukan kontrol atas sumber daya material dan nonmaterial yang penting.

Mengukur keberhasilan program pembangunan menurut perspektif gender, tidak hanya dilihat dari peningkatan kesejahteraan masyarakat atau penurunan tingkat kemiskinan. Tetapi lebih kepada sejauhmana program mampu memberdayakan perempuan. Dalam mengukur pengaruh sebuah kebijakan, dan atau program pembangunan terhadap masyarakat menurut perspektif gender, Moser mengemukakan dua konsep penting, yakni pemenuhan kebutuhan

praktis dan kebutuhan strategis gender. Pemberdayaan perempuan berdasarkan analisis gender adalah membuat perempuan berdaya dalam memenuhi kebutuhan praktis gender dan kebutuhan strategis gender. Analisis kebutuhan praktis dan strategis berguna untuk menyusun suatu perencanaan ataupun mengevaluasi apakah suatu kegiatan pembangunan telah mempertimbangkan ataupun ditujukan untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan baik oleh laki-laki maupun perempuan (Moser dalam Daulay, 2006).

Suatu program pembangunan yang berwawasan gender seharusnya berusaha untuk mengidentifikasi ataupun memperhatikan kebutuhan komunitas. Dengan menggunakan pendekatan Gender And Development, kebutuhan komunitas tadi dibedakan antara kebutuhan laki-laki dan perempuan baik bersifat praktis maupun strategis. Kebutuhan praktis berkaitan dengan kondisi (misalnya: kondisi hidup yang tidak memadai, kurangnya sumberdaya seperti pangan, air, kesehatan, pendidikan anak, pendapatan, dll), sedangkan kebutuhan strategis berkaitan dengan posisi (misalnya: posisi yang ter subordinasi dalam komunitas atau keluarga).

Pemenuhan kebutuhan praktis melalui kegiatan pembangunan kemungkinan hanya memerlukan jangka waktu yang relatif pendek. Proses tersebut melibatkan input, antara lain seperti peralatan, tenaga ahli, pelatihan, klinik atau program pemberian kredit. Umumnya kegiatan yang bertujuan memenuhi kebutuhan praktis dan memperbaiki kondisi hidup akan memelihara atau bahkan menguatkan hubungan tradisional antara laki-laki dan perempuan yang ada. Kebutuhan strategis biasanya berkaitan dengan perbaikan posisi perempuan (misalnya memberdayakan perempuan agar memperoleh kesempatan lebih besar terhadap akses sumberdaya, partisipasi yang seimbang dengan laki-laki dalam pengambilan keputusan) memerlukan jangka waktu relatif lebih panjang.

Jadi pemberdayaan perempuan adalah usaha pengalokasian kembali kekuasaan melalui perubahan struktur sosial. Posisi perempuan akan membaik hanya ketika perempuan dapat mandiri dan mampu menguasai atas keputusan-keputusan yang berkaitan dengan kehidupannya. Terdapat dua ciri dari pemberdayaan perempuan. Pertama, sebagai refleksi kepentingan emansipatoris yang mendorong masyarakat berpartisipasi secara kolektif dalam pembangunan. Kedua, sebagai proses pelibatan diri individu atau masyarakat dalam proses pencerahan, penyadaran dan pengorganisasian kolektif sehingga mereka dapat berpartisipasi.

Adapun pemberdayaan terhadap perempuan adalah salah satu cara strategis untuk meningkatkan potensi perempuan dan meningkatkan peran perempuan baik di domain publik maupun domestik. Hal tersebut dapat dilakukan diantaranya dengan cara:

- a. Membongkar mitos kaum perempuan sebagai pelengkap dalam rumah tangga. Pada zaman dahulu, muncul anggapan yang kuat dalam masyarakat bahwa kaum perempuan adalah konco wingking (teman di belakang) bagi suami serta anggapan “swarga nunut neraka katut” (ke surga ikut, ke neraka terbawa). Kata nunut dan katut dalam bahasa Jawa berkonotasi pasif dan tidak memiliki inisiatif, sehingga nasibnya sangat tergantung kepada suami.
- b. Memberi beragam ketrampilan bagi kaum perempuan. Sehingga kaum perempuan juga dapat produktif dan tidak menggantungkan nasibnya terhadap kaum laki-laki. Berbagai ketrampilan



bisa diajarkan, diantaranya: ketrampilan menjahit, menyulam serta berwirausaha dengan membuat kain batik dan berbagai jenis makanan.

- c. Memberikan kesempatan seluas-luasnya terhadap kaum perempuan untuk bisa mengikuti atau menempuh pendidikan seluas mungkin. Hal ini diperlukan mengingat masih menguatnya paradigma masyarakat bahwa setinggi-tinggi pendidikan perempuan toh nantinya akan kembali ke dapur. Inilah yang mengakibatkan masih rendahnya (sebagian besar) pendidikan bagi perempuan.

## **Marketing Mix**

Dalam teori strategi pemasaran, kita pernah mendengar konsep 4P Marketing Mix yang digagas oleh Kotler, salah satu pakar pemasaran terkemuka. 4P yang dimaksud adalah Produk (Product), Harga (Price), Lokasi (Place), dan Promosi (Promotion)

### **1. Produk (Product):**

Tahap pertama dari strategi pemasaran yang kita ambil adalah menentukan produk/jasa yang akan kita tawarkan pada konsumen/pasar. Cara sederhana yang bisa kita lakukan adalah membuat riset kecil-kecilan ke target pasar sehingga kita bisa membandingkan produk kita dengan kompetitor, mengetahui respon pasar, serta mengevaluasi kelebihan dan kekurangan produk kita. Dengan mengadakan riset tersebut akan membantu kita untuk mengevaluasi/meningkatkan mutu produk, memahami keinginan konsumen, serta memberikan gambaran prospek produk kita di masa mendatang.

Kita ambil contoh usaha bakery rumahan. Produk yang dihasilkan berupa berbagai kue kering. Kita bisa mencoba membeli produk milik kompetitor untuk kita pelajari baik dari segi kemasan, harga, dan rasa. Kemudian bandingkan dengan produk yang kita buat.

Lalu bagaimana pasar/konsumen mengenal produk kita?. Kita bisa membuat tester yang bisa ditawarkan ke tetangga/kantor/ kenalan. Perhatikan baik-baik untuk setiap respon/input yang masuk, terlebih masalah rasa karena tiap orang memiliki selera yang berbeda.

### **2. Harga (Price):**

Strategi pemasaran selanjutnya adalah menentukan harga. Menentukan harga bisa jadi hal yang paling rumit. Pertanyaan yang sering timbul adalah: Apakah harga produk saya bisa diterima pasar? kemahalan/tidak ya?

Umumnya, cara yang digunakan adalah dengan menggunakan patokan hitungan biaya produk tersebut dari mulai bahan baku hingga siap jual. Setiap produk memiliki komponen biaya tersendiri. Menentukan harga produk berdasarkan biaya dilakukan dengan menambahkan prosentase margin tertentu ke biaya produk, dimana prosentase tersebut dianggap sebagai

keuntungan. Prosentase tersebut didapatkan dari rata-rata margin di pasaran. Namun, metode tersebut memiliki kelemahan. Daya pembeda yang menjadi keunikan produk luput diperhitungkan sehingga produk mengalami krisis keunikan. Dimana keunikan ini justru membantu produk agar memiliki harga premium di pasaran.

Jika produk yang kita hasilkan, misalnya kue kering, terbuat dari bahan-bahan premium, dibuat dengan higienis, tanpa pengawet, dan aman dikonsumsi untuk semua usia, maka keunikan produk tersebut akan mendongkrak harga produk menjadi harga premium.

### **3. Lokasi (Place)**

“Lokasi menentukan omzet penjualan”. Tanggapan tersebut memang benar adanya. Tentu kita ingin produk kita laku keras. Tapi bagaimana produk akan laku jika kita salah perhitungan dalam menentukan lokasi?, yang justru akan mengakibatkan kerugian. Terlebih bila disekitar sudah ada produk kompetitor, yang bisa mengakibatkan head to head competition.

Hal yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi adalah target pasar (low, middle, up), produk yang dijual sesuai kebutuhan masyarakat sekitar, dan jumlah kompetitor yang ada di wilayah tersebut.

### **4. Promosi (Promotion)**

Dalam mempromosikan suatu produk memang dibutuhkan keahlian dalam melihat keinginan pasar. Untuk produk putu cangkir ini masih dapat dikatakan peminat dari sisi anak muda masih sangat minim, jadi perlukan cara pemasaran yang cukup efektif bagi anak muda jaman sekarang yaitu melalui social media dan online. Dengan begitu diharapkan inovasi yang telah dilakukan akan sejalan dengan pangsa pasar yang ada

## **C. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian kualitatif melalui pendekatan fenomenologi

## **D. PEMBAHASAN**

### **Inovasi Kue Putu Cangkir Sebagai Kuliner Khas Tradisional**

Keragaman kue tradisional di Sulawesi Selatan, memang tidak diragukan, salah satu kue tradisional yakni Putu Cangkir' atau jika di-indonesiakan menjadi Putu Cangkir. Penamaan cangkir' ini karena bentuk kue putu yang satu ini memang mirip cangkir terbalik. Jika ditilik dari suku katanya, *Putu Cangkir'* ini terdiri atas dua suku kata, yaitu: *Putu*; panganan dari beras ketan dan *Cangkir'* yang berarti “cangkir”. Jadi *Putu Cangkir'* ini adalah panganan dari ketan yang bentuknya menyerupai bagian bawah cangkir jika posisinya diletakkan terbalik

Bahan, alat dan proses pembuatan putu cangkir memiliki Bahan utama terdiri dari tepung beras, gula merah/gula pasir, pewarna makanan (untuk varian putu selain gula merah) dan isinya diberi parutan kelapa. Alatnya terdiri dari panci untuk mengukus, corong minyak yang kecil, botol minuman dan kain. Cara membuatnya juga sangat mudah, tepung beras ditumbuk secara halus kemudian di campurkan dengan gula merah (gula jawa) / gula pasir yang telah dihancurkan kemudian di beri isian kelapa muda. Membuat putu cangkir tidak membutuhkan waktu yang lama, tepung beras dan gula dimasukkan di dalam corong (hanya bagian pinggir dan bawahnya) selanjutnya diberi parutan kelapa kemudian di tambah lagi adonan dan ditutup dengan kain basah, kemudian corong dibalik, lalu dikukus. Tingkat kesulitan pembuatan putu cangkiri ada pengukusan yang harus pas. Jika tidak maka adonan bisa terburai. Setelah dikukus putu diangkat lalu bagian bawahnya dilapisi potongan daun pisang atau daun pandan.

Awalnya, kuliner Putucangkiri, terbuat dari tepung beras ketan putih yang ditaburi dengan remah-remahan gula merah, kemudian dicampur hingga adonan menjadi merata, dan selanjutnya dimasukkan ke dalam cetakan berbentuk mangkuk, diisi dengan setengah adonan tepung kemudian dimasukkan parutan kelapa muda dan ditutup lagi dengan sisa adonan tepung beras ketan, dan kemudian dikukus hingga matang. Kebayang kan hasilnya setelah matang seperti apa? yup, persis seperti gambar paling atas di artikel ini, khususnya kue Putu Cangkiri yang berwarna kecoklatan. Berasa manis kenyal-kenyal beras ketan dibagian kulitnya dan setelah gigitan mencapai bagian tengah kuenya maka aroma dan rasa gurih parutan kelapa menjadikan rasa sempurna di lidah. Lama kelamaan, adonan kue ini pun berkembang menjadi beberapa rasa dan campuran tertentu, diantaranya Putu Cangkiri dengan aroma Pandan (berwarna hijau), Putu Cangkiri dari jenis tepung beras ketan merah (berwarna ungu), dan Putu Cangkiri dengan campuran gula pasir putih (berwarna putih). Setiap adonan memiliki cita rasa dan aroma yang khas, tinggal pilih rasa dan aroma kesukaanmu dan jangan ragu, karena semuanya pasti berisi parutan kelapa muda di bagian tengahnya yang bikin kue ini menjadi sangat gurih dan nikmat. Lokasi penjualan putu cangkiri yang terbesar terletak di Desa Tanetea, Kecamatan Bajeng Barat, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan yang berlokasi sekitar 20 km dari titik nol kota Makassar. cara pembuatan dan ragam jenis kuenya. Di daerah Bajeng inilah bisa kita temui sekitar 40 hingga 50 pedagang kue Putu Cangkiri yang berjejer di sepanjang jalan rayanya.

Putu cangkir dapat ditemui hampir di setiap kedai kue di Makassar. Namun biasanya putu cangkir di kedai-kedai kue merupakan putu cangkir yang sudah jadi sehingga kita jarang bahkan tidak bisa mendapatkan putu cangkir dalam keadaan hangat. Nampaknya Putu cangkir semakin digemari terbukti dengan semakin banyaknya kedai-kedai khusus yang menjual putu cangkir, di kedai tersebut kita bisa melihat proses pembuatannya. Semakin digemarinya putu cangkir patut disyukuri, dan seharusnya memang seperti itu, kita harus mencintai warisan kuliner negeri kita.

Pusat pembuatan putu cangkir dengan berbagai varian rasa dan warna serta melihat proses pembuatan putu cangkir, terletak di Kabupaten Gowa tepatnya di Jalan Poros Limbung Daerah Tanetea. Kedai-kedai putu cangkiri ini berada di pinggir jalan sehingga cukup mudah



untuk diakses pengguna jalan. Kedai putu cangkir yang ada di Limbung berbeda dengan kedai putu cangkir yang biasa dijual di Kota Makassar. Di Kota Makassar anda hanya menemui dua varian rasa putu cangkir yakni manis dengan gula merah dan gula putih. Jika menggunakan gula merah, maka otomatis warna *Putu Cangkir* juga merah kecoklatan begitupun ketika menggunakan gula putih (gula pasir). Namun di kedai-kedai yang terdapat di Jalan Poros Limbung, anda dapat menikmati putu dengan berbagai warna dan rasa selain kedua warna tersebut. Anda dapat menikmati putu cangkir berwarna pink, hijau, hitam, ungu dan coklat (*mocca*). Selain itu aroma daun pandannya sangat terasa

Secara umum minat akan kue tradisional sangat tinggi, hal ini terbukti dalam setiap event dan pertemuan pertemuan yang diselenggarakan oleh pemerintah, swasta dan pesta pernikahan dan lain lain adalah hal yang kurang lengkap bila tidak menyediakan makanan kue kue tradisional, dan selain itu merupakan bentuk kebanggaan bagi masyarakat bugis Makassar dalam menjamu tamu tamu dari berbagai daerah di Indonesia, 99 % tamu tamu yang mencicipi makanan khas kue tradisional putucangkiri mengatakan enak dan mereka umumnya membeli sebagai oleh oleh dari perjalanan ke Sulawesi selatan, untuk meningkatkan hasil karya masyarakat tersebut seyognya pemerintah memberikan dukungan dalam bentuk kebijakan misalnya dalam setiap pertemuan resmi diwajibkan menyediakan makanan khas semisal putucangkiri sebagai menu wajib, sehingga hal tersebut bila dilaksanakan akan mengairahkan ekonomi berbasis masyarakat.

Walaupun belum ada kebijakan yang nyata dari pemerintah, esistensi penjualan kue putucangkiri masih eksis, hal ini disebabkan masyarakat Sulawesi khususnya dan masyarakat luar Sulawesi umumnya sangat menyukai jenis kue tersebut, sehingga potensi untuk ugi atau gulung tikar sangat kecil, secara umum strategi yang dilakukan oleh penjual kue khas putucangkiri melalui penambahan cita rasa, menjalin hubungan dengan sopir angkutan daerah sehingga mereka setiap melintas di daerah bajeng singgah beristirahat sejenak sehingga memberikan waktu bagi penumpang untuk mencicipi kuliner putucangkiri, selain itu tentunya factor harga yang terbilang murah sehingga dapat dijangkau segala lapisan masyarakat

## **E. KESIMPULAN**

Inovasi kue khas putucangkiri telah memberikan pilihan bagi masyarakat untuk menikmati kuliner dengan berbagai cita rasa, sampai saat saat ini esistensi penjualan kue tradisional putucangkiri mampu eksis di tengah terpaan persoalan ekonomi, hal ini disebabkan produk bahan baku yang digunakan bukanlah produk impor melainkan produk local yang tersedia tanpa harus mengeluarkan uang banyak, selain itu penyajian kue putucngkiri yang selalu baru dan hangat menyebabkan banyak peminatnya hal tersebut terjadi karena bagi penjual begitu kue dibeli baru dibuatkan yang prosesnya penyajian tidak lebih dari 5 menit



**Putu Cangkir Awal**



**Pertemuan Awal dengan Mitra**



**Alat Pembuatan Putu Cangkir 1**



**Bahan Pembuatan Putu Cangkir 1**



**Bahan Pembuatan Putu Cngkir 2**



**Pendampingan 1 Inovasi Putu Cangkir 1**



**Pendampingan 2 Inovasi Putu Cangkir**



**Pemasaran Putu Cangkir melalui Bazaar**



**Pendampingan Inovasi Putu Cangkir**



**Hasil Inovasi Putu Cangkir**



**Hasil Inovasi Putu Cangkir 2**

## **Daftar Pustaka**

- Daulay, Harmona. 2006. Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus Pedagang Jamu di Gedung Johor Medan. *Jurnal Harmoni Sosial*, Volume I Nomor I, September 2006.
- Martono, Nanang. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. Rajawali Press: Jakarta.
- Muttalib, Jang A. 1993. Menggunakan Kerangka Pemampuan Wanita, dalam Moeljarto Tjokrowinoto, dkk. *Bahan Pelatihan Jender dan Pembangunan*. Kantor Menteri Negara UPW.
- Novian, Budhy. 2010. Sekilas Tentang Pemberdayaan Perempuan. Artikel Sanggar Kegiatan Belajar Kota Pangkalpinang, Kepulauan Bangka Belitung.
- Tan, Mely G. 1995. Perempuan dan Pemberdayaan. Makalah dalam Kongres Ikatan Sosiologi Indonesia (ISI). Ujung Pandang.