

STUDI KELAYAKAN USAHA MAKANAN TRADISONAL PADA KOMUNITAS PASAR PAWON DI BARON –LAWEYAN KOTA SURAKARTA

Oleh :

Yustina Wuri Wulandari¹ dan Dorothea Ririn Indriastuti²

¹ Fakultas Teknologi dan Industri Pangan
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

² Fakultas Ekonomi Universitas Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Pasar *Pawon* merupakan suatu tempat dimana komunitas penyedia makanan tradisional berkumpul dan berinteraksi. Pasar ini telah berdiri sejak 20 tahun dan berlokasi di desa Baro Gede, Laweyan, Surakarta. UKM yang tergabung di Pasar Pawon meliputi komunitas tetap yaitu UKM *Pawon* dan UKM *Pondok Boro*. Dilatarbelakangi potensi pasar ini maka tujuan penelitian ini yaitu mengetahui studi kelayakan usaha yang sudah dilakukan di Pasar Pawon sehingga nantinya dapat digunakan untuk menyusun strategi operasional yang tepat dalam mengembangkan usaha. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Pengembangan UKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua *stakeholder*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kegiatan usaha di Pasar Pawon secara finansial layak untuk dikembangkan ini terlihat dari nilai R/C lebih besar dari satu, yang berarti dalam melakukan kegiatan usaha mendapatkan profit keuntungan.

Kata kunci: Studi kelayakan, Pasar Pawon, makanan tradisional

ABSTRACT

Pasar Pawon is a place where traditional food provider community to gather and interact. This market has been established since 20 years and is located in the village of Baro Gede, Laweyan, Surakarta. SMEs are incorporated in the Market include community Pawon Pawon SME and Pondok Boro SME. The purpose of this research is to know the feasibility study that has been done in the Pasar Pawon so that later can be used to develop appropriate operational strategies in developing the business. This study uses primary and secondary data. Primary data were obtained from field surveys, while secondary data obtained from various sources publications. The analytical method used is descriptive approach. In connection with the various problems faced by SMEs, there are several strategies to overcome them. Development of SMEs not only by SMEs, but also must be supported by all stakeholders. Based on the survey results revealed that business activity in the market Pawon financially feasible to be developed can be seen from the value of R / C is greater than one, which means in conducting business make a profit advantage.

Keywords : Feasibility study , Pasar Pawon , traditional food

PENDAHULUAN

Kota Surakarta atau lebih dikenal dengan kota Solo merupakan salah satu kota di Indonesia yang terkenal dengan wisata kulinernya. Bahkan dalam 5 tahun terakhir Solo sebagai ‘*Spirit of Java*’, banyak *event* kuliner digelar di kota ini. Beberapa agenda tahunan kota terkait kuliner antara lain grebeg Pasar Gedhe, dalam kegiatan ini masyarakat dapat menikmati aneka jajanan pasar tradisional dengan gratis. Selain itu ada *event* yang dikemas berbeda setiap tahun contoh pada bulan Februari tahun 2015 diselenggarakan festival jenang. Bukan hanya pameran aneka jenis jajanan olahan jenang saja tetapi juga masyarakat boleh menikmati dengan gratis.

Sejak dulu kota Solo dikenal dengan makanan khas daerah seperti tengkleng, timlo, nasi liwet, tumpeng, gudeg dan keragaman aneka jajanan pasar. Banyak orang menyebut bahwa kota Solo sebagai kota yang tidak pernah tidur karena setiap saat orang dapat mencari, mendapatkan dan menikmati sajian makanan yang diinginkan kapanpun waktunya, walaupun tengah malam sekalipun. Hal inilah yang melatar belakangi komunitas pedagang di malam hari akhirnya membentuk kelompok atau paguyuban dengan nama **pasar pawon**.

Sesuai dengan namanya pasar yang berarti tempat transaksi jual-beli secara

tradisional dan pawon (*bahasa jawa*) yang berarti dapur. Maka pasar pawon merupakan suatu tempat dimana penyedia dan penjual makanan atau jajanan tradisional berkumpul dan berinteraksi. Komunitas ini telah berdiri sejak 20 tahun dengan manajemen pengelolaan bersifat kekeluargaan. Sampai saat ini jumlah anggota penyedia jajanan 30 orang, tergabung dalam **UKM Pawon**. Sedangkan kelompok penjual yaitu paguyuban pedagang angkringan tergabung dalam **UKM Pondok Boro**. Selain itu ada sekitar 100 pedagang angkringan lain di wilayah Surakarta dan sekitarnya yang setiap hari selalu mengambil jajanan tradisional di pasar Pawon. Pasar Pawon berlokasi di tanah kas desa wilayah desa Baron Gedhe RT 2 RW 2 Kota Surakarta.

Hal yang **menarik dan unik** dari komunitas di pasar pawon adalah anggota kelompok yang tergabung. Paguyuban pasar pawon terdiri dari dua kelompok yaitu kelompok pertama sebagai penyedia jajanan yang tergabung dengan nama **UKM Pawon**. Aneka jenis jajanan yang tersedia di pasar pawon dapat dilihat dalam Tabel 1 Sedangkan kelompok kedua sebagai penjual jajanan dan tergabung dengan nama **UKM Pondok Boro**. Dalam setiap hari aktivitas di pasar pawon hanya akan terjadi **pada sore** hari pukul 15.00 sampai dengan 16.30 dan **pada pagi** hari

pukul 07.00 sampai dengan pukul 10.00. Selain jam tersebut suasana di rumah pawon sepi, hanya akan terlihat meja kosong yang berjajar rapi, seperti dalam Gambar 3 dan aktivitas penjualan dapat dilihat pada Gambar 4. Pada sore hari merupakan transaksi pengambilan barang, dimana para pedagang angkringan yang tergabung dalam **Pondok Boro** dan UKM angkringan lain di wilayah Solo dan sekitarnya **akan mengambil** aneka jajanan yang telah disediakan oleh **UKM pawon**. Sedangkan pada pagi hari berikutnya terjadi transaksi pembayaran, pedagang angkringan akan **membayar** jajanan yang laku dan **mengembalikan** jajanan yang tidak laku khusus bagi anggota paguyuban dan untuk diluar anggota tidak diberlakukan *return* produk.

Paguyuban penyedia barang jajanan di Rumah Pawon dalam setiap hari diketahui mampu menyediakan aneka macam jajanan masyarakat sekitar 60 jenis. Mulai olahan dari bahan nabati, bahan hewani, dan aneka makanan yang dikukus ataupun digoreng. Harga jual produk cukup terjangkau oleh masyarakat, rata-rata Rp. 500,- sampai dengan Rp. 1.250,- per biji. Sedangkan komunitas pedagang *hik* akan menjual dagangan dengan menaikkan 10% dari harga pokok.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah usaha makanan tradisional di Pasar Pawon secara finansial menguntungkan atau tidak sehingga nantinya dapat digunakan sebagai evaluasi untuk dikembangkan menjadi agroindustri berbasis makanan tradisional yang berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Makanan Tradisional

Makanan adalah bahan yang berasal dari produk hasil pertanian dan/atau hasil peternakan, baik yang sudah diolah maupun belum diolah namun dapat dikonsumsi. Selain itu, makanan menyediakan energi untuk menjaga kesehatan, mendukung pertumbuhan dan melanjutkan reproduksi (Smolin dan Grosvenor, 2008) dan pemuas rasa kenyang. Makanan merupakan pembentuk dan penanda identitas kebudayaan suatu daerah sehingga makanan (termasuk bahan pangan yang dapat dikonsumsi) merupakan bagian dari budaya masyarakat (Gardjito, 2007) yang digolongkan sebagai bagian dari kebudayaan materiil (Basrowi, 2005) dan aspek sistem peralatan hidup (Koentjaraningrat, 2009). Menurut Den Hartog (2006), makanan merupakan bagian yang menyatu antara budaya

kelompok, agama dan bangsa. Pemaknaan tersebut menandai konsep mendasar tentang makanan tradisional.

Kota Surakarta atau lebih dikenal dengan kota Solo merupakan salah satu kota di Indonesia yang terkenal dengan wisata kulinernya. Bahkan dalam 5 tahun terakhir Solo sebagai ‘*Spirit of Java*’, banyak *event* kuliner digelar di kota ini. Beberapa agenda tahunan kota terkait kuliner antara lain grebeg Pasar Gedhe, dalam kegiatan ini masyarakat dapat menikmati aneka jajanan pasar tradisional dengan gratis. Selain itu ada *event* yang dikemas berbeda setiap tahun contoh pada bulan Februari tahun 2015 diselenggarakan festival jenang. Bukan hanya pameran aneka jenis jajanan olahan jenang saja tetapi juga masyarakat boleh menikmati dengan gratis. Sejak dulu kota Solo dikenal dengan makanan khas daerah seperti tengkleng, timlo, nasi liwet, tumpeng, gudeg dan keragaman aneka jajanan pasar. Banyak orang menyebut bahwa kota Solo sebagai kota yang tidak pernah tidur karena setiap orang dapat mencari, mendapatkan dan menikmati sajian makanan yang diinginkan kapanpun waktunya, walaupun tengah malam sekalipun.

Kota Surakarta merupakan salah satu daerah yang dikategorikan sebagai wilayah penyangga bagi Propinsi Jawa Tengah. Implikasinya, banyak

masyarakat luar Kota Surakarta yang tinggal dan menetap di Kota Surakarta. Keberadaan masyarakat yang dapat kita sebut sebagai kaum pendatang ini membentuk sebuah komunitas yang disebut sebagai warga perumahan. Hal tersebut memberikan warna budaya dan kebiasaan yang memengaruhi kehidupan mereka sehari-hari, salah satunya adalah kebiasaan mengonsumsi makanan. Warga perumahan umumnya berasal dari luar wilayah Kota Bekasi dan memiliki budaya yang beragam tiap individu. Selain itu, pesatnya makanan modern dan makanan instan turut mempengaruhi konsumsi makanan, baik ketika dalam keadaan sibuk maupun ketika waktu senggang.

Kondisi masyarakat urban inilah yang menimbulkan perubahan posisi makanan sebagai simbol ekspresi belaka, sehingga warga perumahan akan memilih makanan tersebut sebagai konsumsi sehari-hari. Meskipun mereka bertempat tinggal di Kota Surakarta, mereka sedikit mengenal makanan tradisional yang berasal dari Kota Surakarta. Bahkan ada kecenderungan mereka melupakan makanan tersebut. Apabila hal tersebut diabaikan maka makanan tradisional akan mengalami kepunahan.

Salah satu cara yang dilakukan untuk mempertahankan keberadaan makanan tradisional Kota Surakarta dengan menyesuaikan dari konteks

kesukaan individu, baik dari sisi ekonomi maupun sensoris. Faktor kesukaan individu merupakan faktor yang menentukan dalam memilih makanan tradisional (Smolin dan Grosvenor,2008). Apabila makanan tradisional Kota Surakarta dapat disesuaikan dengan keinginan masyarakat, eksistensi makanan tradisional akan berjalan baik. Eksistensi makanan tradisional Kota Surakarta di warga perumahan dapat menjadi alat pemersatu bagi warga perumahan yang secara historis memiliki latar budaya beragam. ngan mempertimbangkan keberadaan warga perumahan dan interaksi dengan makanan tradisional Kota Surakarta, maka perlu dilihat penerimaan makanan tradisional pada warga perumahan di Kota Surakarta dan faktor yang mereka gunakan dalam memilih makanan tradisional Kota Surakarta.

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis (proyek) adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek. Studi kelayakan merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan gagasan proyek

yang akan dilaksanakan memberikan manfaat (*benefit*), baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *social benefit*. Layaknya suatu gagasan usaha/proyek dalam arti *social benefit* tidak selalu menggambarkan layak dalam arti *financial benefit*, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan. Secara umum aspek-aspek yang akan dikaji dalam studi kelayakan meliputi :

1. Aspek hukum, sosial-ekonomi dan budaya
2. Aspek pasar dan pemasaran
3. Aspek teknis dan teknologi
4. Aspek manajemen
5. Aspek keuangan

METODE PENELITIAN

Studi ini merupakan penelitian *research* yang bertujuan untuk menggali berbagai informasi terkait dengan kelayakan usaha UKM dalam rangka memberikan rekomendasi untuk pengembangan keberlanjutan kegiatan usaha makanan tradisional di Pasar Pawon. Berbagai hal ber-kaitan lokasi, metode sampling, tahapan kerja, dan metode analisis dijelaskan sebagai berikut.

Lokasi Penelitian

Riset ini dilaksanakan di komunitas Pasar Pawon desa Baron Gedhe, kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Survei lapangan dilakukan pada bulan Mei sampai dengan Juli 2016.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dibutuhkan dalam studi ini berdasarkan sumbernya adalah data: (1) primer; dan (2) sekunder. Data primer biasanya diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal (Hanke dan Reitsch, 1998). Selanjutnya data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli (Kuncoro, 2009). Dalam riset ini data primer dikumpulkan hasil wawancara dengan pedagang dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi sampel atau responden. Pengertian data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna (Hanke dan Reitsch, 1998). Secara singkat dapat dikatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain (Kuncoro, 2009). Dalam riset ini data sekunder diperoleh dari instansi di lingkungan Pemerintah Kota Surakarta.

Metode Analisa

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif. Analisis deskriptif memberikan gambaran pola-pola yang konsisten dalam data, sehingga hasilnya dapat dipelajari dan ditafsirkan secara singkat dan untuk mengambil simpulan (Kuncoro, 2009). Dalam

analisis deskriptif, dilakukan interpretasi atas data dan hubungan yang ada dalam penelitian tersebut. Di samping itu juga dilakukan komparasi antara hasil penelitian dengan hasil-hasil penelitian terkait dan dilakukan korelasi antara hasil-hasil penelitian tersebut dengan teori atau konsep yang relevan (Singarimbun dan Effendi, 1989).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UKM di Pasar Pawon

Sesuai dengan namanya pasar yang berarti tempat transaksi jual-beli secara tradisional dan pawon (*bahasa jawa*) yang berarti dapur. Maka pasar pawon merupakan suatu tempat dimana penyedia dan penjual makanan atau jajanan tradisional berkumpul dan berinteraksi. Komunitas ini telah berdiri sejak 20 tahun dengan manajemen pengelolaan bersifat kekeluargaan. Sampai saat ini jumlah anggota penyedia jajanan 30 orang, tergabung dalam **UKM Pawon**. Sedangkan kelompok penjual yaitu paguyuban pedagang angkringan tergabung dalam **UKM Pondok Boro**. Selain itu ada sekitar 100 pedagang angkringan lain di wilayah Surakarta dan sekitarnya yang setiap hari selalu mengambil jajanan tradisional di pasar Pawon.

Pasar Pawon berlokasi di tanah kas desa wilayah desa Baron Gedhe RT 2 RW

2 Kota Surakarta. Akses jalan menuju tempat ini mudah dan hanya berjarak 1 km dari Jantung Pusat Kota Surakarta. Kemudahan ini berpengaruh terhadap kedinamisan kelompok dalam berwirausaha, sebagai penyedia jajanan rakyat. Walaupun luas areal pasar untuk berjualan tidak begitu luas hanya 100 m x 4.5 m namun telah mampu menggerakkan semangat wirausaha di masyarakat, hampir setiap hari selalu ada aktivitas di Pasar Pawon.

Hal yang **menarik dan unik** dari komunitas di pasar pawon adalah anggota kelompok yang tergabung. Paguyuban pasar pawon terdiri dari dua kelompok yaitu kelompok pertama sebagai penyedia jajanan yang tergabung dengan nama **UKM Pawon**. Dalam setiap hari aktivitas di pasar pawon hanya akan terjadi **pada sore** hari pukul 15.00 sampai dengan 16.30 dan **pada pagi** hari pukul 07.00 sampai dengan pukul 10.00. Selain jam tersebut suasana di rumah pawon sepi, hanya akan terlihat meja kosong yang berjajar rapi. Pada sore hari merupakan transaksi pengambilan barang, dimana para pedagang angkringan yang tergabung dalam **Pondok Boro** dan UKM angkringan lain di wilayah Solo dan sekitarnya **akan mengambil** aneka jajanan yang telah disediakan oleh **UKM pawon**. Sedangkan pada pagi hari berikutnya terjadi transaksi pembayaran, pedagang

angkringan akan **membayar** jajanan yang laku dan **mengembalikan** jajanan yang tidak laku khusus bagi anggota paguyuban dan untuk diluar anggota tidak diberlakukan *return* produk. Oleh karena itu walaupun ada *return* produk, jumlahnya kecil.

Kegiatan transaksi penyediaan jajanan terjadi setiap hari mulai hari senin sampai hari minggu. Mereka libur hanya pada hari Idul Qurban selama satu minggu. Setiap harinya telah adanya kesepakatan bersama bahwa anggota UKM Pasar Pawon membayar retribusi Rp. 1.000,-. Sedangkan sebagai anggota UKM Pondok Boro membayar Rp. 500,-. Selanjutnya pedagang angkringan yang lain dan belum tergabung di paguyuban pawon dikenakan biaya sama Rp. 500,-. Pengelolaan uang retribusi adalah pengelolaan kebersihan tempat, perbaikan sarana prasarana, untuk kegiatan sosial seperti kunjungan keanggotaan yang sakit dan juga untuk kegiatan *refreshing* setiap setahun sekali, dalam rangka membangun keeratan keluarga di antara anggota kelompok.

Paguyuban penyedia barang jajanan di Rumah Pawon dalam setiap hari diketahui mampu menyediakan aneka macam jajanan masyarakat sekitar 60 jenis. Mulai olahan dari bahan nabati, bahan hewani, dan aneka makanan yang dikukus ataupun digoreng. Harga jual

produk cukup terjangkau oleh masyarakat, rata-rata Rp. 500,- sampai dengan Rp. 1.250,- per biji. Sedangkan komunitas pedagang *hik* akan menjual dagangan dengan menaikkan 10% dari harga pokok.

Studi Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan

Dalam menjalankan usahanya UKM di komunitas Pasar Pawon masih menggunakan manajemen yang sangat sederhana, sehingga untuk dikembangkan menjadi kawasan agroindustri perlu pendampingan dari berbagai pihak baik pemerintah ataupun dari Perguruan Tinggi. Kelemahan yang mendasar dalam mengelola usaha terlihat dari manajemen keuangan, terutama dalam pelaporan keuangan yang belum *accountable* dan juga bagaimana menciptakan produk yang diproduksi menjadi preferensi konsumen. Oleh karena itu berkaitan dengan tenaga kerja khususnya, maka tenaga kerja yang merupakan bagian dari keseluruhan proses produksi dalam menjalankan usahanya harus menyadari bagaimana pentingnya membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk selain juga harga yang terjangkau.

Untuk menentukan strategi pengembangan UKM secara tepat, maka atas dasar hasil survei kelayakan usaha secara finansial dapat diketahui berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku UKM. Berbagai masalah tersebut dapat

diklasifikasikan dalam dua aspek, yaitu aspek internal yang dihadapi dalam UKM, dan aspek eksternal yang berasal dari luar UKM. Strategi pengembangan yang ditempuh didasarkan kepada pola pendekatan logis dan komprehensif melalui dua langkah sektor/kelompok industri, ditempuh langkah-langkah yang dituangkan dalam program pengembangan UKM.

Meskipun pendekatan pengembangan seperti di atas dapat diterapkan di semua skala satuan obyek pembinaan dari level sektor ataupun kelompok/cabang industri di tingkat nasional/daerah secara makro, sampai tingkat sentra industri dan unit usaha secara mikro, namun atas pertimbangan efisiensi daya saing nasional dan global. Sebelum sesuatu obyek sentra sentra industri kecil ditetapkan untuk dijadikan proyek pengembangan, perlu terlebih dahulu dinilai bahwa obyek tersebut *layak dikembangkan* untuk dijadikan proyek ataupun sasaran kegiatan.

Kriteria kelayakannya utamanya didasarkan kepada pertimbangan-pertimbangan: (1) Kegiatan produksinya berakar dari terdapatnya SDA dan talenta masyarakat setempat misalnya aset budaya kerajinan/seni tradisional; (2) Melibatkan tenaga kerja yang banyak khususnya pada penduduk setempat; (3)

Menghasilkan nilai tambah agregat yang besar; (4) Dapat memicu pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor terkait, khususnya di daerah yang bersangkutan; (5) Mempunyai prospek pasar yang potensial dan berkelanjutan, apalagi pasar eks- por; (6) Komponen-komponen kegiatan industri di dalamnya mempunyai prospek kelayakan finansial yang menjanjikan, sehingga hasil kegiatan pembinaan akan dapat mewujudkan

kegiatan usaha industri kecil menengah yang secara komersial dapat berjalan dan tumbuh berkembang secara mandiri dan sehat tanpa membebani pemerintah dengan subsidi maupun biaya pembinaan terus menerus.

Berdasarkan hasil analisis survey di lapangan makan analisis *RC Ratio* terhadap beberapa produk makanan yang dijual di Pasar Pawon dapat dilihat selengkapnya dalam Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Nilai RC ratio per Bulan Juli 2016

No	Nama Produk	Nilai R/C
1	Tempe Mendoan	5.357
2	Tempe Bacem	4.858
3	Bakwan	5.015
4	Tahu Bakso	4.587
5	Tahu Bacem	5.065
6	Tahu Goreng	5.045
7	Tahu Isi	5.038
8	Jadah	6.011
9	Risoles	5.033
10	Martabak	4.865
11	Sate Kerang	4.887
12	Sate Usus	5.875
13	Sate Kulit	5.667
14	Telur Gemak	4.887
15	Kerupuk Rambak	5.765

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa pemasaran aneka jajanan yang dihasilkan oleh UKM *Pawon* tidak mengalami kesulitan karena segmen pasarnya jelas yaitu masyarakat luas. Hal ini disebabkan karena harga barang yang dijual di pasar cukup terjangkau di masyarakat. Aneka jajanan yang dijual di pasar pawon rata-rata merupakan *camilan* ringan sehingga tidak mengalami

kesulitan dalam penjualan. Dari hasil analisis kelayakan usaha hasil survey di lapangan dapat dilihat dalam Tabel 3 di bawah ini. Secara keseluruhan dari 15 sampel produk makanan, diketahui bahwa nilai R/C semuanya lebih besar dari 1. Hal ini membuktikan bahwa dalam pemasaran produk diminati konsumen dan mendapatkan keuntungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pelaksanaan survey dilapangan dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha UKM tidak hanya dibebankan pada UKM sendiri namun juga harus memperoleh dukungan seluruh *stake-holders*. Dukungan termaksud diharapkan datang dari asosiasi pengusaha, Perguruan Tinggi, dan atau dinas terkait di lingkungan pemerintah kota Surakarta. Di samping itu juga diperlukan kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan UKM.

Ditinjau dari hasil analisis keuangan maka berdasarkan hasil penelitian tentang evaluasi kelayakan usaha dari 15 produk jajanan di Pasar Pawon diperoleh nilai R/C kegiatan usaha di Pasar Pawon cukup prospektif untuk dikembangkan, karena rata-rata nilai R/C dari penjualan aneka produk tersebut 5,197. Komunitas Pasar Pawon telah mampu menciptakan peluang baru dibidang pengolahan pangan dan terbukti mampu meningkatkan penghasilan ekonomi Rumah Tangga. Oleh karena itu lebih lanjut kreatifitas usaha jajanan makanan tradisional ini dapat dijadikan contoh bagi desa lain sehingga akan terbangun desa mandiri berbasis ekonomi kreatif dengan usaha jajanan tradisional dan disisi lain sekaligus juga melestarikan makanan tradisional.

Saran

Sesuai hasil kajian penelitian maka terdapat beberapa saran untuk pengembangan kegiatan usaha di Pasar Pawon meliputi :

- Meningkatkan Kualitas supaya dapat bersaing dengan produk sejenis dipasaran, strategi ini dilakukan untuk menjaga loyalitas konsumen.
- Meningkatkan kualitas pengepakan agar lebih menarik lagi.
- Perlu dukungan dari lembaga terkait dalam rangka peningkatan kemampuan UKM dalam aspek Manajemen dan Manajemen Keuangan dengan cara melakukan pendampingan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada KEMENRISTEK DIKTI melalui program IPTEK Pengabdian bagi Masyarakat Tahun Anggaran 2015 pelaksanaan 2016 yang telah memberikan dukungan financial dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi. 2005. *Pengantar Sosiologi*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Gardjito, M. 2007. *Arah Baru Kompetensi Pendidikan Ilmu dan Teknologi*

Pangan Untuk Mengatasi Masalah Pangan, Pidato Pengukuhan Guru Besar Universitas Gadjah Mada. mgb.ugm.ac.id. Diakses pada 4 Januari 2013 pukul 20.30 WIB

Hanke, J.E. and Reitsch, A.G. 1998. *Business Forecasting*. Sixth Edition. London: Prentice-Hall International Ltd

Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi, Edisi Revisi 2009*. Rineka Cipta, Jakarta.

Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Edisi 3, Cetakan 1. Jakarta: Erlangga

Singarimbun, M., dan Effendi, S., (Editor). 1989. *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Cetakan 1. Jakarta: LP3ES.

Smolin, L.A. dan Grosvenor, M.B. 2008. *Nutrition, Science and Applications*. John Wiley & Sons. New York.