

PENINGKATAN PRODUKTIVITAS DAN MANAJEMEN PEMASARAN PADA KELOMPOK USAHA KUE TRADISIONAL “KUE LARUT” DI DESA SINANGGUL MLONGGO JEPARA

Ali^{1*}, Ahmad Faidlon², Isyfa Fuhrotun Nadhifah³

Manajemen, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia¹, Sains dan Teknologi, Teknik Elektro,
Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia², Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi, Universitas Islam
Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia³

*e-mail: ali@unisnu.ac.id¹, faidlon.ahm@gmail.com², isyfa@unisnu.ac.id³

ABSTRACT

Kue Larut” UMKM faces various challenges such as limited production equipment, untidy financial management, and traditional marketing. Although this cake has good market prospects, limited production capacity often causes UMKM to be unable to meet market demand. Therefore, appropriate technological interventions, HR management training, bookkeeping, and digital marketing are needed to increase business capacity and expand market reach. The main objective of this program is to improve production quality and capacity, introduce innovative products, improve human resource (HR) competency, and expand market access through the application of technology and marketing digitalization. Specifically, the target of increasing sales by 30-50% is expected to be achieved by implementing new technology and marketing strategies. The methods of implementing the service are: Program Socialization, HR Management Training, Simple Financial Bookkeeping Training, Digital Marketing Training, Technology Application. The outputs produced include increasing assets in the form of dough mixers and automatic ovens, increasing production capacity by 30-50%, increasing production efficiency by 30%, and reducing production costs by 20%. In addition, from the marketing sector, it is expected that there will be an increase in sales of 30-50% with the implementation of digital marketing and the use of social media. The outputs intended for this PKM service include an increase in the production of soluble cakes by 40-60% after technology assistance, an increase in sales turnover of up to 50%, and an increase in business assets (mixing machines and ovens). From the marketing side, the implementation of social media has succeeded in increasing the number of customers, and MSMEs have begun to be able to sell their products through the market.

Keywords: Traditional Cake, UMKM, Marketing, Oven, Mixing Machine

ABSTRAK

UMKM "Kue Larut" menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan alat produksi, manajemen keuangan yang belum rapi, serta pemasaran yang masih tradisional. Meskipun kue ini memiliki prospek pasar yang baik, keterbatasan kapasitas produksi menyebabkan UMKM sering kali tidak dapat memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu, diperlukan intervensi teknologi tepat guna, pelatihan manajemen SDM, pembukuan, serta pemasaran digital untuk meningkatkan kapasitas usaha dan memperluas jangkauan pasar. Tujuan utama program ini adalah untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi, memperkenalkan inovasi produk, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia (SDM), serta memperluas akses pasar melalui penerapan teknologi dan digitalisasi pemasaran. Secara spesifik, target peningkatan penjualan hingga 30-50% diharapkan dicapai dengan penerapan teknologi dan strategi pemasaran baru. Metode pelaksanaan pengabdian yaitu: Sosialisasi Program, Pelatihan Manajemen SDM, Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana, Pelatihan Digital Marketing, Penerapan Teknologi. Luaran yang dihasilkan meliputi peningkatan aset berupa mesin pengaduk adonan dan oven otomatis, peningkatan kapasitas produksi hingga 30-50%, peningkatan efisiensi produksi sebesar 30%, serta pengurangan biaya produksi sebesar 20%. Selain itu, dari segi pemasaran, diharapkan terjadi peningkatan penjualan sebesar 30-50% dengan penerapan digital marketing dan penggunaan media sosial. Luaran pada pengabdian PKM ini meliputi peningkatan produksi kue larut hingga 40-60% setelah pendampingan teknologi, peningkatan omset penjualan hingga 50%, serta bertambahnya aset usaha (mesin pengaduk dan oven). Dari sisi pemasaran, penerapan media sosial berhasil

meningkatkan jumlah pelanggan, dan UMKM mulai mampu menjual produknya melalui marketplace

Kata Kunci: *Kue Tradisional, UMKM, Pemasaran, Oven, Mesin Pengaduk*

1. PENDAHULUAN

Desa Sinanggul, yang terletak di Kabupaten Jepara, Jawa Tengah, merupakan salah satu daerah yang kaya akan warisan budaya kuliner. Salah satu produk kuliner dari desa ini adalah kue larut, sebuah jajanan tradisional yang memiliki cita rasa khas dan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas budaya lokal. Di negara Indonesia makanan tradisional merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat baik dalam hal memberikan asupan gizi maupun sebagai bagian dari budaya yang harus dijaga (Sulistiyani et al., 2022)(Ashari et al., 2022). Meskipun memiliki potensi besar dalam sektor kuliner, UMKM kue larut di Desa Sinanggul masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha mereka. Salah satu tantang terbesar adalah masyarakat kebanyakan lebih memilih makanan internasional yang dijual dipasaran (Abdurahman et al., 2023). Meningkatnya kemunculan kue-kue modern di Indonesia tidak hanya menyebabkan sebagian kue tradisional tergantikan, namun juga berdampak pada perekonomian para pedagang kue tradisional yang semakin terpuruk. Untuk menghadapi persaingan dengan kue impor, para pembuat kue tradisional perlu melakukan banyak upaya atau strategi agar kue tradisional tetap menjadi ciri khas daerahnya atau tidak punah, serta menjaga kestabilan perekonomian (Rahmalianti et al., 2016)

UMKM “Mubarakatan Thoyibatan” merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada usaha produksi kue larut. Prospek pemasaran kue larut saat ini masih sangat cerah. Kue larut MN sangat diminati dan disukai oleh masyarakat dikarenakan rasanya Gurih dilidah apa lagi saat menjelang hari rasa idul fitri pesanan yang diterima meningkat, namun karena keterbatasan alat dan tenaga maka sering menolak pesanan yang ada. Kue Larut ini diproduksi oleh industri rumah tangga dengan pengelolaan turun temurun dan manajemen keluarga dan hanya diproduksi didaerah Desa Sinanggul saja. Seperti halnya usaha kue lainnya bahwa usaha ini masih kurang berkembang karena keterbatasan teknologi proses produksi, Kapasitas SDM, dan juga Pemasarannya. Produksi kue larut dibuat dengan proses yang sangat sederhana dan peralatan yang sederhana / manual sehingga kurang higienis (mulai persiapan bahan baku, bahan pembantu, proses pengolahan hingga pengemasan), untuk itu perlu diberikan pembinaan agar industri ini dapat berkembang baik dari segi proses produksi, peningkatan SDM, peralatan, perbaikan teknologi peralatan.

Secara umum, permasalahan mitra adalah pada teknologi pengolahan yang masih manual sehingga dihasilkan produk yang tidak standar dan tidak higienis. Proses produksi yang digunakan saat ini yaitu masih mengaduk adonan dengan tangan dan proses pemanggangan yang masih kecil dan tidak ada kontrol otomatis sehingga mudah sekali produk menjadi gosong dan membutuhkan waktu yang cukup lama. Masalah lain adalah pada sisi manajemen dan pemasaran. Gambaran umum produksi pada mitra disajikan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Proses Produksi Kue Larut

Dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat solusi yang ditawarkan tersebut dapat memberikan luaran yang memang menjadi kebutuhan para UMKM Kue Larut di Desa Sinanggul. Luaran yang dimaksudkan adalah hasil dari kesepakatan antara tim pengusul dengan mitra, yaitu mesin pengaduk adonan dan mesin oven secara otomatis. Kendala utama yang dihadapi oleh sebagian besar UMKM adalah keterbatasan finansial dan kesulitan pemasaran, sehingga salah satu luaran juga menyangkut terkait dengan strategi pemasaran yang baik (Tambunan, 2011). Optimasi penggunaan media sosial bagi pelaku UMKM penting untuk terus ditingkatkan mengingat pengguna media sosial di Indonesia juga terus meningkat (Mastuti et al., 2023). Selain hal tersebut luaran ini tentunya juga dapat mengurangi biaya pokok produksi. Signifikansi program ini terletak pada potensinya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal, melestarikan warisan kuliner tradisional, dan mendorong pertumbuhan UMKM di sektor makanan tradisional. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan UMKM serupa di daerah lain

2. METODE

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Sinanggul, Kecamatan Mlonggo, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah dari tanggal 10 Juli hingga 15 September 2024 dengan melibatkan 20 anggota kelompok usaha "Kue Larut" ini menggunakan metode:

a) Tahap Persiapan

Tahap persiapan dimulai dengan sosialisasi kepada mitra pengabdian. Sosialisasi dilakukan untuk mengenalkan program "Pemasaran Menggunakan Digital dan Penerapan TTG" kepada berbagai pemangku kepentingan (Aisyah et al., 2023). Sosialisasi ini bertujuan untuk menyamakan persepsi bersama mitra, membahas kesepakatan terkait jadwal pelaksanaan kegiatan, sehingga diharapkan kedua mitra dapat berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat

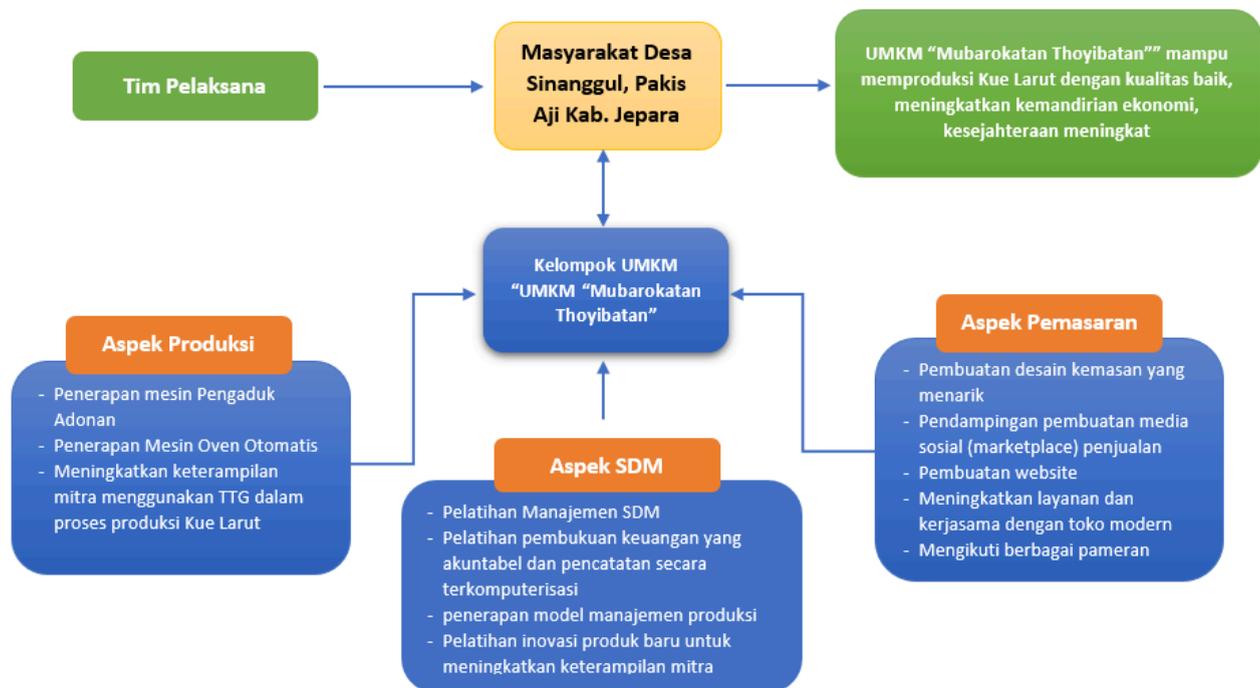
b) Tahap Pelaksanaan

Tahap ini difokuskan pada pengenalan permasalahan utama yang dihadapi mitra dan memberikan panduan pemanfaatan TTG. Pelatihan meliputi penggunaan mesin pengaduk dan oven serta pemanfaatan digital marketing (Rahayu, Sholeh, Agung, et al., 2024)

c) Tahap Evaluasi

Proses monitoring dan evaluasi dilakukan dua kali selama pelaksanaan program untuk menilai kemampuan mitra dalam mengoperasikan, memelihara, dan merawat TTG. Evaluasi ini juga bertujuan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi sebagai dasar penyusunan program keberlanjutan

Penerapan metode dalam program pengabdian ini fokus pada pendampingan, pelatihan dan penerapan TTG pada mitra UMKM "Kue Larut". Adapun untuk pendampingan fokus pada tiga aspek permasalahan prioritas mitra yakni **Aspek Produksi, Aspek SDM, dan Aspek Pemasaran**. Gambar 2 berikut dijelaskan secara detail program pengabdian yang akan dilaksanakan:



Gambar 2. Alur Proses Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kemitraan Masyarakat untuk kelompok usaha "Kue Larut" di Desa Sinanggul, Kecamatan Mlonggo, Kabupaten Jepara telah menunjukkan hasil yang signifikan dan terukur, di mana implementasi solusi melalui metode pelatihan dan pendampingan berhasil meningkatkan kapasitas produksi dari rata-rata 100 kue menjadi 150 kue per hari, menandakan kenaikan produktivitas sebesar 50%, serta memperbaiki kualitas produk dengan meningkatkan daya simpan dari 3 hari menjadi 5 hari, sejalan dengan temuan (Suryana, Rahmat, & Lestari, 2021) bahwa pelatihan teknik produksi dapat meningkatkan efisiensi UMKM makanan tradisional. Berikut ditunjukkan saat narasumber mengisi materi kegiatan pendampingan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pemaparan materi

Sementara dalam aspek manajemen pemasaran, penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce memperluas jangkauan pasar hingga ke kota-kota besar di Jawa Tengah dengan 30% penjualan kini berasal dari platform online (Artanti & Mariani, 2022), yang berkontribusi pada peningkatan omzet bulanan sebesar 75% dari rata-rata Rp5.000.000 menjadi Rp8.750.000, mendukung penelitian (Widayani & Putri, 2020) tentang efektivitas pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan UMKM, dengan keberhasilan program ini didukung oleh antusiasme dan komitmen tinggi dari peserta serta dukungan pemerintah desa dalam menyediakan fasilitas pelatihan, meskipun terdapat tantangan berupa keterbatasan akses internet di beberapa wilayah desa yang dapat diatasi melalui pengadaan modem portable, sehingga secara keseluruhan, program ini berhasil mengatasi permasalahan mitra dalam aspek produktivitas dan manajemen pemasaran (Rahmiyati, 2016), yang dibuktikan melalui pengamatan langsung, analisis laporan penjualan, dan hasil kuesioner yang dibagikan kepada peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan program, menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan telah secara efektif meningkatkan kapasitas usaha dan kesejahteraan kelompok usaha "Kue Larut" di Desa Sinanggul. Berikut hasil inovasi pendampingan produk yang dilakukan seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil inovasi produk mitra

Sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh (Prasojo, 2019) di mana peningkatan ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi tetapi juga pada peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri anggota kelompok usaha, yang tercermin dari kemampuan mereka dalam mengadopsi teknologi baru dalam proses produksi dan pemasaran, serta kemampuan

mereka dalam mengelola keuangan usaha dengan lebih baik, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga dan masyarakat sekitar, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian (Rahmawati, Irawan, & Setiawan, 2022) tentang dampak multiplier dari pengembangan UMKM terhadap ekonomi lokal. Selain hal tersebut keterampilan mitra dalam menggunakan teknologi tepat guna proses produksi pembuatan kue larut semaking meningkat dengan adanya mesin atau alat baru seperti yang ada di Gambar 5.



Gambar 5. Penerapan alat produksi

Tabel 1 berikut ini meringkas perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat untuk kelompok usaha "Kue Larut":

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Program PKM

Aspek	Sebelum program	Sesudah program	Peningkatan
Produksi harian (kue)	100	150	50%
Daya simpan produk	7	30	66,7%
Omzet bulanan (Rp)	5.000.000	8.750.000	75%
Jangkauan pasar	Lokal	Provinsi	-
Penjualan online	0%	30%	30%

Tabel 1 menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek usaha "Kue Larut" setelah pelaksanaan program PKM. Peningkatan produksi harian sebesar 50% dan omzet bulanan sebesar 75% mengindikasikan efektivitas program dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan

kelompok usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif, pelaku UMKM mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran secara digital (Saragih et al., 2024). Salah satu hasil pendampingan yakni adanya desain kemasan baru yang ditunjukkan dalam Gambar 6.



Gambar 6. Desain Kemasan Baru

Peningkatan daya simpan produk dari 3 hari menjadi 5 hari menunjukkan perbaikan dalam kualitas produk dan proses produksi. Perluasan jangkauan pasar dari lokal ke tingkat provinsi, dengan 30% penjualan melalui platform online, mencerminkan keberhasilan implementasi strategi pemasaran digital.

4. KESIMPULAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) untuk kelompok usaha "Kue Larut" di Desa Sinanggul, Kecamatan Mlonggo, Kabupaten Jepara telah berhasil mengatasi permasalahan mitra dalam aspek produktivitas dan manajemen pemasaran, dengan hasil yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam produksi harian sebesar 50%, peningkatan daya simpan produk dari 7 hari menjadi 30 hari, serta peningkatan omzet bulanan sebesar 75%, sementara implementasi strategi pemasaran digital berhasil memperluas jangkauan pasar hingga tingkat provinsi dengan 30% penjualan kini berasal dari platform online, di mana keberhasilan ini didukung oleh antusiasme dan komitmen tinggi dari peserta serta dukungan pemerintah desa dalam menyediakan fasilitas pelatihan, meskipun terdapat tantangan berupa keterbatasan akses internet di beberapa wilayah desa yang dapat diatasi melalui pengadaan modem portable.

Berdasarkan hasil yang dicapai dan analisis keunggulan serta kelemahan program, direkomendasikan untuk mengembangkan variasi produk Kue Larut guna memperluas segmen pasar dan meningkatkan daya saing, meningkatkan kapasitas produksi melalui pengadaan peralatan yang lebih modern dan efisien, memperkuat keterampilan digital marketing peserta melalui pelatihan lanjutan dan pendampingan berkelanjutan, serta mengupayakan peningkatan infrastruktur internet di desa untuk mendukung pemasaran digital, selain itu, pembentukan koperasi atau asosiasi produsen Kue Larut dapat dipertimbangkan untuk memperkuat posisi tawar dan akses pasar.

Akhirnya, tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia atas pendanaan program ini melalui skema Program Kemitraan Masyarakat tahun anggaran 2024, serta

kepada Pemerintah Desa Sinanggul atas dukungan dan fasilitasnya, dan kepada seluruh anggota kelompok usaha "Kue Larut" atas partisipasi aktif mereka selama pelaksanaan program, yang semuanya berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan program ini dalam meningkatkan kapasitas usaha dan kesejahteraan masyarakat di Desa Sinanggul

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) yang telah memberikan hibah melalui program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM), Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara yang telah mendukung kegiatan, Pemerintah Desa Sinanggul yang telah memberikan dukungan penuh dalam melaksanakan kegiatan ini

REFERENSI

- Abdurahman, A., Hujaemah, E., Midiawati, M., Salamah, S., Saroh, S., & Wartini, T. (2023). Pendampingan Pedagang Makanan Tradisional Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Dengan Kreativitas Olahan Makanan Di Kampung Ciseureh Desa Mekarjaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), 1111–1117. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i7.312>
- Artanti, G. D., & Mariani, M. (2022). Pelatihan Inovasi Pembuatan Kue Tradisional Berbahan Dasar Singkong Bagi Ibu Rumah Tangga Sebagai Upaya Meningkatkan Penghasilan Keluarga. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 826–838. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.16747>
- Ashari, M. H., Realita, T. N., Dwiastanti, A., Lestari, P., Anggoro, Y., & Mustapa, G. (2022). Pendampingan Usaha Mikro Pengolahan Kue untuk Peningkatan Taraf Hidup Keluarga. *Ahmad Dahlan Mengabdi*, 2(2), 6–14. <https://doi.org/10.58906/abadi.v2i2.69>
- Mastuti, D. N., T.D.K.W, Y., Rahayu, B. S., & Santosa, J. (2023). Implementasi Pemasaran Digital Dan Aplikasi Akuntansi Di Pusat Informasi Konseling Remaja Banjarsari. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 25–34. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i1.1593>
- Rahmalianti, R., Nur Alia, M., & Riyadi, D. (2016). PELESTARIAN MAKANAN TRADISIONAL KEJOS SEBAGAI SUMBER KARBOHIDRAT DI DESA TARIKOLOT KECAMATAN JATINUNGGAL KABUPATEN SUMEDANG PROVINSI JAWA BARAT. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(2), 58–66. <https://doi.org/10.17509/gastur.v3i2.3585>
- Rahmiyati, N. (2016). Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna di Kota Mojokerto. *Jmm17*, 2(02). <https://doi.org/10.30996/jmm17.v2i02.506>
- Saragih, A. E., Ratnawati, & Filbert Ivander. (2024). PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI PENDAMPINGAN KEUANGAN DAN PENGELOLAAN USAHA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambei Manoktok Hitei*, 4(2), 194–202. <https://doi.org/10.36985/8jy79996>
- Sulistiyani, T., Rachmawati, E., Mufidah, L., Kotagede, R. K., & Goreng, L. (2022). Strategi Pelestarian Makanan Tradisional. *Strategi Pelestarian Makanan Tradisional Melalui Pelatihan Bagi Masyarakat Kemantren Kota Gede Yogyakarta*, 3(02), 96–103.
- Tambunan, T. T. H. (2011). Development of micro, small and medium enterprises and their constraints: A story from Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 13(1), 21–43. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5492>
- Prasojo, E. (2019). *Konsep dan Praktik Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Universitas Indonesia

Press.

- Rahmawati, T., Irawan, H., & Setiawan, D. (2022). Dampak multiplier dari pengembangan UMKM terhadap ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 78-89.
- Suryana, A., Rahmat, B., & Lestari, C. (2021). Pelatihan teknik produksi dapat meningkatkan efisiensi UMKM makanan tradisional. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 45-56.
- Widayani, A., & Putri, S. (2020). Efektivitas pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Pemasaran Digital*, 112-125