



Pendampingan Bisnis UMKM Makanan Tradisional Kue Basah Berbasis Lokal Di Desa Zamrud Tambun

Etty Zuliawati Zed¹, Iren Jesica², Dwi Alia Putri³, Dewi Sundari⁴

Universitas Pelita Bangsa

Email : ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id

Diterima : 23 - 12- 2024

Direvisi : 25 -12- 2024

Disetujui : 11 -01- 2025

Dipublikasikan : 12-01-2025

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, khususnya di sektor makanan tradisional. Menurut (Tambunan 2020) UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun, pengembangan bisnis UMKM makanan tradisional kerap menghadapi berbagai tantangan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pengembangan UMKM makanan tradisional berbasis lokal melalui program pendampingan bisnis, dengan fokus pada peningkatan kapasitas usaha dan daya saing. Program ini berlangsung selama enam bulan, dari Oktober hingga November 2024, dan melibatkan lima UMKM makanan tradisional di Desa Zamrud. Metode yang diterapkan mencakup pelatihan manajemen usaha, workshop inovasi produk, dan pendampingan dalam pengemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam kemampuan pengelolaan usaha, inovasi produk, serta strategi pemasaran peserta. Sebanyak 65% peserta melaporkan peningkatan pendapatan setelah mengikuti program. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat UMKM makanan tradisional lokal tetapi juga berperan dalam melestarikan warisan kuliner daerah. Program serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan UMKM makanan tradisional di berbagai wilayah Indonesia.

Kata Kunci: Pendampingan Bisnis, UMKM, Makanan Tradisional, Ekonomi Lokal

abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a significant contribution to the Indonesian economy, particularly in the traditional food sector. According to (Tambunan, 2012), MSMEs contribute more than 60% to the national Gross Domestic Product (GDP). However, business development of traditional food MSMEs often faces various challenges. This community service activity aims to support the development of local-based traditional food MSMEs through a business mentoring program, with a focus on increasing business capacity and competitiveness. The program lasted for six months, from October to November 2024, and involved five traditional food MSMEs in Zamrud Village. The methods applied included business management training, product innovation workshops, and assistance in product packaging. The results showed significant improvements in participants' business management skills, product innovation, and marketing strategies. As many as 65% of participants reported an increase in income after participating in the program. This activity not only strengthens local traditional food MSMEs but also plays a role in preserving regional culinary heritage. Similar programs are expected to be implemented in a sustainable manner to support the growth of traditional food MSMEs in various regions of Indonesia.

Keywords: Business Mentoring, MSME, Traditional Food, Local Economy



PENDAHULUAN

Desa Zamrud, yang terletak di Kecamatan Mustika Jaya, Kabupaten Bekasi, kaya akan tradisi budaya dan kuliner yang beragam, salah satunya adalah keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada produk makanan tradisional, terutama kue basah. Kue basah ini merupakan bagian penting dari warisan kuliner yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya lokal yang telah dilestarikan oleh masyarakat setempat. Masyarakat Desa Zamrud telah lama memproduksi berbagai jenis kue basah yang sangat disukai oleh warga, dengan bahan-bahan alami yang mudah ditemukan di sekitar mereka. Produk kue basah ini tidak hanya disajikan pada acara-acara khusus, tetapi juga dijual di pasar lokal, yang turut memberikan kontribusi pada perekonomian desa. Sejak lama, masyarakat desa ini telah mengembangkan berbagai jenis kue basah yang menjadi favorit di kalangan penduduk setempat. Dengan menggunakan bahan-bahan alami yang mudah diakses, para pengrajin kue basah memanfaatkan potensi lokal untuk menciptakan produk berkualitas. Kue-kue ini tidak hanya disajikan dalam acara-acara tertentu, tetapi juga dipasarkan di pasar-pasar lokal, sehingga memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat.

Keberadaan UMKM yang bergerak dalam produksi makanan tradisional, khususnya kue basah, memberikan dampak positif bagi ekonomi masyarakat setempat. Kue-kue ini memiliki peluang besar untuk dipromosikan lebih luas, sehingga dapat meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM. Menurut (Siregar, H & Sulistyono 2020), UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian lokal karena berkontribusi menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat kemiskinan. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan dan dukungan dari pelaku UMKM, diharapkan kuliner lokal ini dapat dikenal lebih luas dan pasar produk dapat diperluas. Oleh karena itu, pengembangan dan pemberdayaan UMKM makanan tradisional sangat penting dalam menjaga kelestarian dan mempromosikan kuliner lokal yang memiliki nilai budaya yang tinggi.

Di Indonesia, pengembangan UMKM menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan akses terhadap modal, rendahnya kapasitas manajerial, dan kurangnya inovasi produk. (Prasetyo 2019) menjelaskan bahwa masalah-masalah ini menjadi hambatan bagi UMKM dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. (Aziz, M & Rusdarti 2021) juga menekankan bahwa pemberdayaan UMKM harus dilakukan melalui pendekatan yang holistik yang mencakup pengembangan sumber daya manusia, penguatan kelembagaan, dan pemberian akses pasar yang lebih baik. Dalam konteks ini, pendampingan bisnis untuk pelaku UMKM di sektor makanan tradisional sangat diperlukan agar keberlanjutan usaha dapat terjamin dan pelestarian kuliner lokal dapat tetap berlangsung.

Pelestarian makanan tradisional di tengah modernisasi saat ini memerlukan inovasi produk yang dapat menarik perhatian generasi muda. Misalnya, dengan mengurangi penggunaan bahan pengawet dan beralih ke bahan alami yang lebih sehat dan menarik bagi konsumen muda. Selain itu, penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya melestarikan makanan tradisional sebagai bagian dari identitas budaya daerah. Kegiatan seperti workshop dan seminar dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman ini. Melibatkan komunitas lokal dalam promosi makanan tradisional, misalnya melalui festival kuliner, juga dapat memperbesar minat masyarakat untuk mengenal dan mengapresiasi produk-produk makanan lokal (Wahyuni 2018).

Pemasaran produk makanan tradisional juga harus disesuaikan dengan perkembangan teknologi. Meskipun pemasaran konvensional masih relevan, pemanfaatan media sosial untuk memperkenalkan produk dapat memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan generasi

muda. Menurut (Iskandar 2020), media sosial telah menjadi alat pemasaran yang efektif dan terjangkau untuk UMKM. Selain itu, pemasaran dari mulut ke mulut yang didorong oleh testimoni positif dari pelanggan yang puas dapat memperkuat citra produk. Kerja sama dengan toko atau pasar lokal untuk menjual produk makanan tradisional juga dapat meningkatkan visibilitas dan mempermudah akses produk bagi konsumen.

Penting juga untuk memperhatikan kemasan produk makanan tradisional. Mengadakan pelatihan untuk pelaku UMKM tentang desain kemasan yang menarik dan fungsional, serta menggunakan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan aman, dapat meningkatkan daya tarik produk. Edukasi tentang pentingnya kebersihan dalam proses pengemasan juga menjadi hal yang tidak kalah penting, karena kemasan yang bersih tidak hanya membuat produk lebih menarik tetapi juga menjamin kualitas dan keamanannya. Inovasi dalam kemasan, seperti penggunaan bahan yang dapat didaur ulang atau kemasan yang memiliki nilai estetika tinggi, dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk (Setiawan, B., & Hadi 2022).

Dengan pendekatan yang tepat dalam pendampingan UMKM, diharapkan produk makanan tradisional, khususnya kue basah, dapat tetap berkembang dan memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian lokal. Keberhasilan pengembangan UMKM ini akan membantu melestarikan kekayaan kuliner tradisional sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Zamrud dan daerah sekitarnya.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode penelitian tindakan partisipatif (Participatory Action Research) yang melibatkan partisipasi aktif dari pelaku UMKM makanan tradisional di Desa Zamrud. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan, merancang intervensi, melaksanakan program, serta mengevaluasi dampaknya secara kolaboratif antara tim pengabdian dan peserta.

Tahapan Pelaksanaan



1. Diagnosis Masalah

- **Identifikasi Persoalan UMKM:** Tim menggali tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Desa Zamrud, seperti keterbatasan pemasaran, kurangnya inovasi produk, dan pengemasan yang kurang menarik.
- **Analisis Kebutuhan Mitra:** Survei dilakukan untuk memastikan pelatihan sesuai dengan kebutuhan spesifik, termasuk pengemasan modern dan strategi pemasaran digital.
- **3. Pemetaan Potensi Pengembangan:** Potensi lokal, seperti bahan baku unik dari desa, diidentifikasi untuk dikembangkan menjadi nilai tambah produk.

2. Perencanaan

- **Desain Program Intervensi:** Program intervensi dirancang untuk mencakup inovasi produk dan pemasaran berbasis teknologi.
- **Penyusunan Materi Pelatihan:** Modul disusun untuk memberikan panduan praktis tentang manajemen usaha, branding produk, dan pemasaran.
- **Kesepakatan dengan Mitra:** Jadwal pelatihan dibuat bersama pelaku UMKM agar sesuai dengan waktu luang mereka.

3. Implementasi

	<p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 02 No 04 Oktober 2024 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

- Workshop Inovasi Produk: Peserta belajar membuat variasi produk, seperti kue kering dengan rasa yang lebih modern.
- Pendampingan Strategi Pemasaran: Pelatihan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business untuk pemasaran.
- Bimbingan Pengemasan: Pelaku UMKM diajarkan membuat desain kemasan yang menarik dan memenuhi standar legalitas.

4. Evaluasi

- Monitoring Berkelanjutan: Tim rutin mengunjungi UMKM untuk memantau perkembangan mereka.
- Pengukuran Indikator Keberhasilan: Indikator seperti peningkatan penjualan dan jumlah pelanggan baru dievaluasi.
- Refleksi dan Perbaikan Program: Program dievaluasi untuk menentukan aspek yang perlu ditingkatkan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan metode triangulasi meliputi;

- Wawancara Mendalam: Menggali informasi tentang kebutuhan dan tantangan UMKM
- Observasi Partisipatif: Mengamati langsung aktivitas UMKM selama program berlangsung.
- Dokumentasi: Mengumpulkan foto, video, dan dokumen sebagai bukti kegiatan.
- Survei Kuantitatif: Mengukur perubahan indikator keberhasilan program.

Lokasi dan Waktu Penelitian

- Lokasi: Desa Zamrud, Kecamatan Tambun.
- Waktu Pelaksanaan: Oktober – November 2024.
- Jumlah Peserta: Lima pelaku UMKM makanan tradisional.

Tahapan Pelaksanaan

Tahap Persiapan

- Survei dan Wawancara Awal: Tim mendatangi Desa Zamrud untuk mengidentifikasi jenis produk UMKM, tantangan utama, dan kebutuhan pelatihan.
- Penyusunan Materi: Materi pelatihan difokuskan pada manajemen usaha, inovasi produk, dan pemasaran.

Tahap Pelaksanaan

- Pelatihan Interaktif: Pelatihan dilakukan secara tatap muka di balai desa dengan pendekatan diskusi kelompok dan studi kasus.
- Workshop Praktis: Peserta mempraktikkan materi pelatihan seperti inovasi produk dan desain kemasan.

Tahap Evaluasi

- Evaluasi Akhir: Keberhasilan program diukur melalui perbandingan data awal dan hasil akhir, termasuk peningkatan kualitas produk dan penjualan.

- Laporan Reflektif: Tim menyusun laporan akhir yang merangkum hasil kegiatan serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan UMKM ke depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan bisnis UMKM makanan tradisional di Desa Zamrud telah dilaksanakan selama sebulan, dari Oktober hingga November 2024. Berikut adalah hasil dan pembahasan dari kegiatan tersebut;

before



after



Gambar 1. Makanan Tradisional

1. Peningkatan Kemampuan Manajemen Usaha

Program pelatihan manajemen usaha yang dilaksanakan setiap bulan menunjukkan hasil yang positif. Peserta UMKM mengalami peningkatan signifikan dalam pengelolaan bisnis mereka. Hal ini terlihat dari pemahaman yang lebih baik mengenai perencanaan bisnis strategis, pengelolaan keuangan dasar, dan penetapan harga produk yang kompetitif. Salah satu peserta menyatakan, "Sekarang saya lebih percaya diri dalam mengelola keuangan usaha dan membuat keputusan bisnis." Peningkatan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pelatihan manajemen dapat meningkatkan kinerja usaha kecil (Kumar, R., & Singh 2020)

2. Inovasi Produk

Workshop inovasi produk yang diadakan setiap dua bulan sekali berhasil mendorong kreativitas peserta dalam mengembangkan produk makanan tradisional. Beberapa hasil yang dicapai meliputi pengembangan varian baru kue basah tradisional, peningkatan kualitas dan konsistensi produk, serta adaptasi resep tradisional untuk memenuhi preferensi konsumen modern. Salah satu peserta berhasil menciptakan varian kue tradisional rendah gula yang mendapat sambutan positif dari pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan daya saing UMKM (Sari, D., & Rahman 2021)

3. Perbaikan Strategi Pemasaran

Pendampingan dalam aspek pemasaran menghasilkan perubahan positif dalam strategi promosi UMKM. Peserta mulai memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar, mengembangkan branding produk yang lebih menarik, dan meningkatkan keterampilan komunikasi dengan pelanggan. Beberapa UMKM melaporkan peningkatan penjualan hingga 30% setelah menerapkan strategi pemasaran digital. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM (Halim, A., & Sari 2022)

4. Peningkatan Kualitas Pengemasan

Sesi pendampingan mengenai pengemasan produk menunjukkan perbaikan signifikan dalam desain kemasan yang lebih menarik dan higienis, penggunaan bahan kemasan yang berkualitas dan ramah lingkungan, serta penyajian informasi produk yang lebih informatif pada kemasan. Salah satu UMKM berhasil memasuki pasar ritel modern berkat peningkatan kualitas kemasan produknya. Hal ini sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar (Widiastuti, T., & Prabowo 2023). Salah satu UMKM berhasil memasuki pasar ritel modern berkat peningkatan kualitas kemasan produknya.

5. Dampak Ekonomi

Hasil evaluasi menunjukkan dampak positif program terhadap kinerja ekonomi UMKM. Sekitar 65% peserta melaporkan peningkatan pendapatan setelah mengikuti program, dengan rata-rata peningkatan omzet bulanan mencapai 25%. Tiga dari lima UMKM berhasil memperluas jaringan distribusi mereka ke luar Desa Zamrud. Penelitian menunjukkan bahwa program pendampingan dapat meningkatkan kinerja ekonomi UMKM secara signifikan (Nugroho, A., & Setiawan 2021).

6. Tantangan dan Pembelajaran

Meskipun program ini menunjukkan keberhasilan, beberapa tantangan yang dihadapi meliputi kesulitan beberapa peserta dalam mengadopsi teknologi digital, keterbatasan modal untuk implementasi inovasi produk dan kemasan, serta persaingan yang semakin ketat dengan produk makanan modern. Pembelajaran utama dari program ini adalah pentingnya pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing UMKM dan perlunya pendampingan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan tradisional di Desa Zamrud telah menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Mengingat kontribusi UMKM yang melebihi 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, seperti yang dinyatakan oleh (Tambunan 2020) sangat penting



untuk mendukung pertumbuhan sektor ini, terutama dalam menghadapi berbagai tantangan yang ada. Program yang telah dijalankan selama sebulan yang mencakup pelatihan manajemen usaha, workshop inovasi produk, dan pendampingan dalam pengemasan, peserta UMKM menunjukkan peningkatan yang nyata dalam kemampuan pengelolaan usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran..



Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan pengelolaan usaha, di mana peserta melaporkan pemahaman yang lebih baik mengenai perencanaan bisnis strategis, pengelolaan keuangan dasar, dan penetapan harga produk yang kompetitif. Sebanyak 65% peserta melaporkan peningkatan pendapatan setelah mengikuti program, dengan rata-rata peningkatan omzet bulanan mencapai 25%. Inovasi produk juga menjadi fokus utama, di mana workshop yang diadakan berhasil mendorong kreativitas peserta dalam mengembangkan varian baru kue basah tradisional serta meningkatkan kualitas produk.

Selain itu, perbaikan dalam strategi pemasaran, termasuk pemanfaatan media sosial dan pengembangan branding yang lebih menarik, telah meningkatkan penjualan hingga 30% bagi beberapa UMKM. Peningkatan kualitas pengemasan produk juga menjadi perhatian, di mana peserta menunjukkan perbaikan dalam desain kemasan yang lebih menarik dan ramah lingkungan, yang memungkinkan beberapa UMKM untuk memasuki pasar ritel modern. Lebih dari sekadar meningkatkan kapasitas usaha, kegiatan ini juga berkontribusi pada pelestarian warisan kuliner daerah, yang merupakan bagian penting dari identitas budaya lokal.

Oleh karena itu, program serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan di berbagai wilayah Indonesia untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM makanan tradisional. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM dapat terus berkontribusi pada perekonomian nasional dan menjaga keberagaman kuliner Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M & Rusdarti, R. 2021. "Pemberdayaan UMKM Dalam Era Digital. Strategi Dan Tantangannya." *Ekonomi dan Bisnis*: 115–28.
- Halim, A., & Sari, R. 2022. "The Impact of Digital Marketing on Small and Medium Enterprises: A Case Study." *Journal of Business and Management*, 10(2): 45–58.
- Iskandar, S. 2020. "Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Era Digital." *TEKNOLOG dan MANAJEMEN*: 56–64.
- Kumar, R., & Singh, P. 2020. "The Role of Management Training in Enhancing Small Business Performance." *International Journal of Entrepreneurship*,: 1–15.
- Nugroho, A., & Setiawan, B. 2021. "Evaluating the Economic Impact of Community Service Programs on Small Enterprises." *JNugroho, A., & Setiawan, B. urnal of Community Development* 15(3): 123–35.
- Prasetyo, D. 2019. "Tantangan UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Global." *EKONOMI INDONESIA*: 45–57.
- Sari, D., & Rahman, F. 2021. "Innovation in Traditional Food Products: A Study of Small Enterprises. Food Science and Technology Journal,." *urnal of Community Development*, 15(3): 123–35.
- Setiawan, B., & Hadi, S. 2022. "Inovasi Dan Kemasan Dalam Industri Makanan

	<p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 02 No 04 Oktober 2024 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p>	
---	--	---

- UMKM:Tantangan Dan Solusi.” *BISNIS DAN PEMASARAN*: 98–110.
- Siregar, H & Sulisty, B. 2020. “Peran UMKM Dalam Perekonomian Daerah.” *pemanguna ekonomi*: 34–49.
- Tambunan, Tulus. 2020. “UMKM Di Indonesia:Kontribusi Dan Tantangan .”
- Wahyuni, M. 2018. “Pelestarian Kuliner Tradisional Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal.” *KEBUDAYAAN*: 77–85.
- Widiastuti, T., & Prabowo, H. 2023. “The Importance of Packaging in Marketing Traditional Food Products.” *journal of Marketing Research*, 12(1): 67–75.