

SCALE UP USAHA KUE MARKE DALAM MENDUKUNG KELESTARIAN KULINER TRADISIONAL

Maulana Rahman¹⁾, Mahroji²⁾, Wan Alamsyah³⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Samudra,

²⁾ Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Samudra,

³⁾ Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Samudra,
maulana.rahman@unsam.ac.id

Abstract

Culinary is one of the cultural elements and local food culture can be considered a regional identity as it may support tourism development. This powerful union of gastronomy and tourism further enriches the tourism ministration offering considerable benefits to its related sectors, all emerging from the well-being of society. Markee Cake Business Group is one of the business groups belonging to PKK Pahlawan Village which began to be active and take part in being productive by PKK housewives. There are several weaknesses faced by the group of business people Markee Take Among which is still less information about how to process dough properly, packaging that is still very simple and not contemporary, and already has no promotional media so that it remains Word Of Mouth promotion. That requires an activity to Materialize the Markee cake quality by replacing the low-quality products that they normally have with better ones, and they will earn more money. Hence, an FGD content is proposed to establish a brand and logo for the product identity. Moreover we also need to understand more about what is done in the production, i.e., where are produced better dough techniques and take into account the importance of hygienic and practical packaging. It should be followed by a premium advertising tools/media covering greater grounds to serve a larger number of prospective customers.

Keywords: Traditional Culinary, Markee Cake, Tradisional Cake, PKK.

Abstrak

Kuliner merupakan salah satu unsur dari budaya, keberadaan budaya pangan lokal ini dapat dijadikan sebagai simbol daerah dalam mendukung pengembangan pariwisata, sinergi gastronomi dan pariwisata dalam meningkatkan pariwisata sehingga membawa manfaat besar bagi sektor lain yang terkait yang berpijak pada kesejahteraan masyarakat. Kelompok Usaha Kue Markee merupakan kelompok usaha beranggotakan ibu-ibu PKK Desa Pahlawan yang memiliki inisiatif untuk menjadi produktif. Kelompok usaha kue Markee ini memiliki permasalahan diantaranya minim pengetahuan tentang pengolahan adonan kue yang baik, pengemasannya masih sangat sederhana dan konvensional, serta media promosi yang belum terbentuk sehingga promosi yang dilakukan masih melalui word of mouth. Berdasarkan kondisi tersebut maka diperlukan suatu kegiatan yang dapat membuat kelompok usaha Kue Markee ini lebih bisa dikenal dan diimbangi dengan produk yang lebih berkualitas dibanding dengan saat ini, sehingga ada peningkatan pendapatan bagi kelompok usaha kue markee tersebut. Oleh karena itu, maka diusulkan sebuah kegiatan FGD untuk menciptakan suatu merek dan logo yang bisa menjadi identitas produk. Kemudian diperlukan pengetahuan yang lebih baik tentang proses produksi yaitu teknik pengadonan yang lebih baik serta pemahaman terhadap pentingnya kemasan higienis dan praktis. Selanjutnya didukung dengan sarana/media promosi mencakup wilayah yang lebih luas agar bisa menjangkau minat calon konsumen yang lebih luas.

Keywords: Kuliner Tradisional; Kue Markee; Kue Khas Aceh.

PENDAHULUAN

Kabupaten Aceh Tamiang, berbatasan dengan Provinsi Sumatera Utara. Kabupaten ini terdiri dari 12 kecamatan dan 213 gampong, diantaranya adalah desa pahlawan, terletak di Kecamatan Manyak Payed. Desa tersebut tidak jauh dari jalan nasional yaitu sekitar \pm 2 Km sehingga tidak terlalu sulit untuk menuju desa tersebut.

Sebagian besar profesi Para ibu di desa tersebut adalah ibu rumah tangga yang mengandalkan penghasilan para suami dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga. Potensi tersebut menginisiasi Perangkat Desa Pahlawan untuk membentuk PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga), Salah satu tujuan utamanya yaitu untuk mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Pahlawan. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 Tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2017 Tentang Gerakan Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga mendefinisikan Gerakan PKK adalah gerakan dalam pembangunan masyarakat yang tumbuh dari, oleh, dan untuk masyarakat, menuju terwujudnya Keluarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan bersudi Iuhur, sehat, keadilan sejahtera, gender, lingkungan . Sebagai bagian dari PKK, para ibu terlibat dalam berbagai kegiatan untuk mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat, termasuk penghayatan dan pengamalan Pancasila, gotong royong, pangan, sandang, perumahan dan tatalaksana rumah tangga, pendidikan dan keterampilan, kesehatan, pengembangan kehidupan berkoperasi,

program kelestarian lingkungan hidup, dan perencanaan sehat[2]

Anggota PKK ini merupakan para ibu rumah tangga yang membantu penghasilan keluarga. Mereka merasa akan lebih produktif dengan mengikuti kegiatan PKK sehingga kegiatan tersebut menjadi tambahan penghasilan bagi keluarga mereka. Kegiatan PKK ini selain meningkatkan kesejahteraan anggota juga memiliki itikad dalam melestarikan kuliner tradisional yang saat ini mulai hilang dikarenakan perkembangan kuliner yang beraneka ragam sehingga makanan/jajanan tradisional menjadi sepi peminat.

Pelestarian kuliner tradisional juga merupakan bahagian upaya melestarikan kebudayaan Indonesia khususnya budaya Aceh. Kuliner merupakan salah satu unsur dari budaya dan menunjukkan adanya hubungan sosial (Utami.S : 2018). Keberadaan budaya pangan lokal ini dapat dijadikan sebagai simbol daerah untuk mendukung pengembangan pariwisata, sinergi gastronomi dan pariwisata dalam meningkatkan pariwisata membawa manfaat yang sangat besar bagi sektor lain yang terkait, yang berpijak pada kesejahteraan masyarakat (Ilham, I dkk : 2021).

Berkaitan dengan ini, kegiatan Kelompok Usaha PKK Desa Pahlawan ini salah satunya bergerak dibidang penyedia makanan tradisional yaitu kue marke dan keripik pisang. Dengan produksi harian yang terbatas terutama dari segi modal dan alat sederhana. Dari segi pengolahan adonan masih secara tradisional tanpa adanya peralatan modern, sehingga tidak ada penambahan maupun peningkatan produksi. Aktivitas pembuatan kue ini dilakukan dua hari sekali di sebuah rumah yang di alih fungsikan sebagai

tempat produksi. Selain beberapa kendala tersebut, strategi pemasaran hanya sebatas pada kios dan warung kopi desa tersebut. Lalu dari segi kemasan produk mereka masih berupa plastik yang direkatkann dengan cara panaskan api.

Berdasarkan kendala tersebut, maka peningkatan pengetahuan dapat membantu dalam pengembangan usaha kue tradisional tersebut. Sehingga kelompok ini mempunyai kemampuan, pemahaman tentang pengembangan produk baru, diversifikasi usaha, dan peningkatan mutu produk (Sriati, S. dkk : 2023)

METODE

Adapun metode yang dilakukan tim dalam kegiatan ini, diantaranya :

1. Koordinasi kegiatan

Kegiatan ini diawali dengan melakukan koordinasi dan kunjungan ke desa Pahlawan. Mendatangi rumah produksi kelompok usaha kue marke untuk berdiskusi tentang rencana program kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Kelompok ibu PKK yang tergabung dalam kelompok usaha marke bersedia mitra dalam pelatihan yang diusulkan. Dalam tahap ini tim pengusul Pengabdian berhasil memetakan informasi dari data-data melalui wawancara/ diskusi dengan calon mitra secara langsung dan perangkat desa yang merupakan pencetus pertama ide kelompok usaha kue marke.



Gambar 1. Kunjungan Awal dan Koordinasi Tim Pengabdi

2. Pengemasan Produk

Melakukan demonstrasi sekaligus praktek pengemasan produk yang higienis dan rapi. Tim pengabdian memperhatikan bahwa kelompok usaha masih menggunakan panas api sebagai alat perekat kemasan. Hal itu dinilai tidak efektif karena tidak menjamin tersegel sempurna bahkan berpotensi kemasan bocor. Sehingga Tim menghibahkan alat sealer vakum kemasat plastik yang lebih efisien dan higienis.



Gambar 2. Pengemasan Produk Masih Konvensional

3. Pemberian Logo dan Merk

Dalam upaya pengembangan logo dan merek merupakan langkah krusial bagi keberhasilan jangka panjang suatu bisnis. Dalam merancang sebuah logo dari sebuah merek memerlukan masukan dari para anggota kelompok usaha. Oleh karena itu perlu dilakukan diskusi tentang bentuk yang akan dibuat dan nama yang sesuai dengan karakter produk. Sehingga logo dan merek yang dibuat sesuai dengan karakteristik produk dan ide bisnis yang ingin dibentuk.



Gambar 3. Kegiatan diskusi rancangan logo dan merek

4. Pelatihan Media Promosi Online

Untuk mengawali penggunaan media promosi online Instagram sebagai media online mudah untuk dipahami dan digunakan kelompok usaha tersebut. Maka diperlukan beberapa pemahaman penggunaan instagram sebagai media promosi sebuah produk. Tim pengabdian memberikan beberapa strategi promosi dengan menggunakan media ini, diantaranya :

- a. Membuat setiap foto yang akan diposting, diseleksi dan menarik.
- b. Konsisten dalam memposting produk, terutama pada jam yang ramai penggunaan.
- c. Share foto tidak hanya di feed, namun juga pada insta story.
- d. Memberikan caption yang berisi penjelasan tentang produk dengan baik seperti kandungan produk maupun varian yang dimiliki.
- e. Memberikan hastag (#) yang memudahkan calon konsumen menemukan produk kita
- f. Membuat biodata profil dengan jelas dan terpercaya dengan memberikan alamat yang jelas dan nomor kontak yang dapat dihubungi.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Media Promosi Online

5. Kegiatan Pelatihan Membuat Laporan Pembukuan Keuangan Sederhana

Kegiatan ini mengajarkan tahapan dalam pencatatan secara sederhana agar bisa dipahami dan dipraktekkan oleh kelompok usaha. Hal ini memungkinkan kelompok usaha untuk mengetahui kondisi keuangan usaha mereka, termasuk laba rugi dan memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Pembukuan yang baik juga berfungsi sebagai dasar untuk perencanaan keuangan jangka panjang.



Gambar 5. Pelatihan Pembukuan Keuangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2024 di Desa Pahlawan, Kec. Manyak Payed Kabupaten Aceh Tamiang, Tim Pengabdian telah merumuskan target berupa luaran yang akan dicapai melalui kegiatan tersebut, diantaranya :

1. Perbaikan kemasan produk menjadi menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk dalam menarik perhatian dan minat beli



Gambar 6. Penggunaan Alat Sealer Elektrik



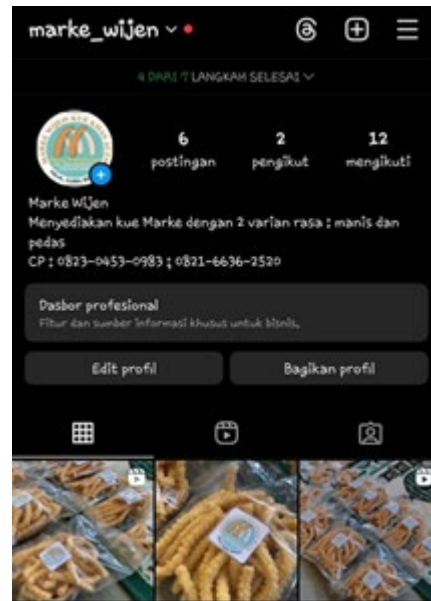
Gambar 7. Kemasan Produk Kue Marke

2. Memiliki logo dan merk sebagai identitas produk sehingga mampu menciptakan citra merek yang bisa melekat pada produk yang dihasilkan sehingga memberikan keunggulan kompetitif. Hal ini juga mampu melindungi produk dari klaim pihak yang tidak bertanggungjawab.



Gambar 8. Logo dan Merek Kelompok Usaha Kue Marke

3. Kelompok usaha kue marke menjadi sadar tentang pentingnya peran media sosial sebagai platform sarana promosi untuk melebarkan jangkauan calon pembeli. Tim merekomendasi platform sosial media mudah digunakan dan familiar dikalangan kelompok tersebut dalam hal ini terpilih *Instagram*. Pelatihan ini juga membantu dalam membuat konsep postingan dan cara mempuat *caption* dan *hashtag* yang tepat.



Gambar 9. Media sosial yang digunakan dalam promosi

4. Kelompok usaha kue Marke mampu menyusun pembukuan sederhana yang lebih rapi dan jelas sehingga dapat mengetahui kondisi keuangan kelompok usaha tersebut dalam menjalankan aktivitasnya. Kelompok usaha sudah mampu mengidentifikasi masalah keuangan yang mungkin timbul, serta membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan data keuangan yang akurat tyersebut.

5. Pelatihan ini memberikan hibah bantuan berupa alat sealer sesuai rekomendasi kebutuhan dari kegiatan pengabdian. Selanjutnya tim juga memberikan hibah tambahan berupa timbangan kue sesuai permintaan kelompok usaha mengingat kebutuhan dari kegiatan operasional pembuatan kue menjadi lebih akurat sesuai komposisi yang seharusnya.



Gambar 10. Serah Terima Peralatan Pendukung Kepada Kelompok Usaha Marke

SIMPULAN

Berdasarkan kondisi lapangan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Samudra tahun 2024 di Desa Pahlawan Kecamatan Manyak Payed Kabupaten Aceh Tamiang ini, sudah dapat menjawab sebagian dari kebutuhan dan keinginan dari para pembuat kue marke di desa tersebut walaupun dirasakan belum optimal yang disebabkan oleh keterbatasan waktu dan dana, namun kegiatan ini sebagai langkah awal yang akan menjadi tolak ukur para ibu dari kelompok pembuat kue marke, perangkat desa dan tim pengabdian untuk saling bersinergi memajukan jajanan tradisional ini. Melalui kegiatan ini telah tim sukses dalam memberikan pengetahuan, identitas dan pemasaran melalui platform digital serta peralatan pendukung sehingga dapat menjadi lebih baik dimasa yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas terselenggaranya Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Samudra Tahun 2024, ucapan terima kasih kami berikan kepada :

- 1) Bapak Prof. Dr. Hamdani, S.T., M.T selaku Rektor Universitas Samudra.
- 2) Bapak Makhroji, S.Pd., M.Pd selaku Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Samudra.

- 3) Ketua LPPM dan PM Universitas Samudra beserta staff.
- 4) Ibu Nurhaida Selaku Ketua Kelompok Usaha Kue Marke dan sebagai Mitra.
- 5) Bapak Rusli (Datok) Desa Pahlawan Kec. Manyak Payed Kab. Aceh Tamiang.
- 6) Masyarakat Desa Pahlawan dan Anggota Kelompok Usaha Kue Marke serta mahasiswa Universitas Samudra yang telah ikut berpartisipasi dalam terselenggaranya kegiatan ini.
- 7) Semua pihak yang tidak dapat kami disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan serta dorongan kepada kami dalam menyelesaikan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, A, F. A. Saputri, and A. Luki, 2020, "Peningkatan Omset Penjualan Melalui Pembuatan Logo Dan Promosi Media Online Umkm Jamur Kebontunggul," Pros. SNP2M (Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian, 2020, [Online]. Available: <http://snp2m.unim.ac.id/index.php/snp2m/article/view/427> <https://news.detik.com/berita/d-6937194/mengenal-gerakan-pkk-fungsi-tugas-program-dan-contoh-kegiatannya>
- Ilham, I., Frank, S. K. A., Flassy, M., Muttaqin, M. Z., Idris, U., & Yunita, D. I. (2021). Hjiir

- Mentuk: Potensi Kuliner Lokal Olahan Masyarakat Kampung Tobati Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kota Jayapura. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(2), 95-104.
- Kementrian Dalam Negeri. 2020. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 Tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2017 Tentang Gerakan Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga. *Berita Negara Republik Indonesia* Tahun 2020 No 580. Jakarta
- Sriati, S., Priyanto, G., Junaidi, Y., & Bidarti, A. (2023). Peningkatan Kapasitas Kelompok Usaha Bersama (KUBE) melalui Pelatihan Strategi Pengembangan Usaha dan Pemasaran. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2).
- Utami, S. (2018). Kuliner Sebagai Identitas Budaya: Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *Coverage: Journal Of Strategic Communication*, 8(2), 36-44.