

**PENINGKATAN KAPASITAS DAN INNOVASI PRODUK UMKM KAFANA FOOD
DI KECAMATAN CARINGIN KABUPATEN BOGOR**

Herman¹, Retno Martanti Endah Lestari², Rini Indira Gusniawan³, Fidela Naomi⁴, Bayu Benedictus⁵

^{1, 2, 3, 4, 5, 6} Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

Email korespondensi: herman_fhz@unpak.ac.id

ABSTRAK

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, maka kebutuhan makanan terus tumbuh, bukan hanya makanan pokok, tapi juga kebutuhan makan ringan. Salah satu UMKM yang memproduksi makanan ringan atau cemilan yang ada di Kampung Batu Kembar Desa Ciderum Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor adalah Kafana Food. Beberapa permasalahan timbul dalam perkembangan usaha UMKM Kafana Food, yaitu pengelolaan produksi masih dilakukan secara manual sehingga menghambat proses produksi, belum diterapkan sistem manajemen produksi, dan lain sebagainya. Metode kegiatan yang dilaksanakan berupa pelatihan manajemen produksi, pendampingan teknik produksi, pemasaran digital, promosi produk lokal, pengembangan jaringan distribusi. Luaran yang diharapkan dari adanya kegiatan ini adalah: edukasi mengenai manajemen produk dan pemasaran digital, memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM Kafana Food, adanya kemasan yang praktis dan peningkatan penjualan. Hasil dari kegiatan ini berupa terlaksananya pelatihan dan pendampingan serta peningkatan kapasitas jumlah produksi, meningkatnya jumlah penjualan dan bertambahnya variasi dari produk UMKM Kafana Food.

ABSTRACT

As the population increases, so does the demand for food, not only for staple foods but also for snacks. Kafana Food, a micro, small, and medium enterprise (MSME) located in Kampung Batu Kembar, Desa Ciderum, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor, is one such producer of snacks. However, the development of Kafana Food has encountered several challenges, such as manual production processes that hinder efficiency and the absence of a production management system. To address these issues, a series of interventions were implemented, including production management training, technical production mentoring, digital marketing, local product promotion, and distribution network development. The expected outcomes of these activities are: education on product management and digital marketing, providing training and mentoring to Kafana Food, developing practical packaging, and increasing sales. The results of these activities include the successful implementation of training and mentoring, increased production capacity, higher sales, and a wider variety of Kafana Food products.

Riwayat Artikel:

Diterima:

10 Juli 2024

Direvisi:

22 Juli 2024

Disetujui:

30 Juli 2024

Kata kunci:

Inovasi; Kafana Food; Kapasitas; Produk; UMKM

Keywords:

Capacity; Innovation; Kafana Food; MSMEs; Product

Cara mensitasi:

Herman., Lestari, R. M. E., Gusniawan, R. I., Naomi, F., Benedictus, B. (2024). Peningkatan Kapasitas dan Inovasi Produk UMKM Kafana Food Di Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor. RUDENCE: Rural Development for Economic Resilience, 3(2). 71-76. DOI: 10.53698/rudence.v3i2.72



PENDAHULUAN

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, maka kebutuhan makanan terus tumbuh, bukan hanya makanan pokok, tapi juga kebutuhan makan ringan. Selain untuk pemenuhan kebutuhan, makanan ringan juga ada kalanya menjadi suatu identitas wilayah tertentu dan juga berkembang karena adanya budaya di daerah tersebut. Seiring dengan bertumbuhnya kebutuhan makanan ringan, para pelaku usaha berupaya untuk memenuhi kebutuhan makanan ringan tersebut, mulai dari industri besar yang dimiliki para pengusaha sampai kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di perkotaan maupun pedesaan.

Salah satu UMKM yang memproduksi makanan ringan atau cemilan yang ada di Kampung Batu Kembar Desa Ciderum Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor adalah ibu Siti Maria Ulfah atau yang lebih dikenal dengan ibu Emar. Ibu Emar memiliki usaha mikro yang memproduksi berbagai makanan ringan yaitu baby fish crispy, stik pangsit keju dan mochi. UMKM ibu Emar ini dikenal dengan nama "Kafana Food". Produk-produk UMKM Kafana Food ini memiliki rasa yang enak dan gurih. Ibu Emar memproduksi makanan tersebut awalnya adalah karena adanya potensi sumber bahan baku yang tersedia di kampung Batu Kembar yang merupakan daerah persawahan dan pertanian.

Namun saat ini dengan berkembang jumlah penduduk dan perkembangan wilayah, sebagian besar persawahan dan pertanian berubah menjadi kawasan penduduk dan perumahan, sehingga ketersediaan bahan baku mulai terhambat. Bu Emar dalam pengelolaan produksi dikerjakan sendiri dan dibantu oleh suami, hal ini dilakukan karena ketidakmampuan bu Emar dalam membayar upah pegawai lain dan produksi masih dilakukan secara manual menggunakan tenaga bu Emar. Pemasaran dilakukan sendiri oleh bu Emar dan mengandalkan dari mulut ke mulut para tetangga sehingga pemasaran produk UMKM bu Emar ini belum menjangkau akses pasar yang lebih luas. Kemasan produk UMKM Kafana Food dikemas sederhana sehingga mengurangi daya tarik konsumen. Kemasan yang bagus adalah salah satu daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk makanan ringan. Produk yang dihasilkan belum memiliki berbagai macam variasi produk seperti rasa, tampilan dan ukuran, *baby fish crispy* ikan balita goreng yang diberi tepung, stik keju berupa stik yang diberi rasa keju dan mocha memiliki rasa kacang dan gula. Ukuran berbagai produk tersebut dikemas hanya dalam satu ukuran.

Sebagai usaha yang memproduksi makanan tentu saja harus diperhatikan dari sisi keamanan pangan. Selama ini bu Emar belum memperhatikan hal tersebut, produksi dilakukan tanpa memperhatikan sisi keamanan pangan. Hal ini terjadi karena ketidaktahuan bu Emar dalam hal keamanan pangan. Usaha ini dilakukan oleh bu Emar dan suami dalam upaya untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Ketika menerima uang penjualan, langsung dibelikan kebutuhan pokok rumah tangga. Untuk kebutuhan modal usaha terkadang bu Emar sering kesulitan. Hal ini disebabkan karena bu Emar tidak memiliki pencatatan dan administrasi keuangan, sehingga tidak bisa membedakan mana uang untuk modal usaha dan mana keuntungan yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan rumah tangga. Berbagai situasi di atas menyebabkan ibu Emar tidak dapat melakukan proses produksi secara terus menerus. Proses produksi dilakukan hanya berdasarkan atas pesanan saja, sehingga ketika ada pelanggan yang tiba-tiba datang maka sudah dapat dipastikan tidak dapat membeli produk UMKM Kafana Food. Hal ini menyebabkan omzet yang didapatkan menjadi terbatas, sebenarnya bu Emar punya keinginan untuk meningkatkan produksi dalam jumlah yang lebih besar.

Atas dasar berbagai persoalan di atas kami dari akademisi akan membantu bu Emar dengan melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan topik "Peningkatan Kapasitas dan Inovasi Produk UMKM Kafana Food". Tujuan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk: 1) Meningkatkan kemampuan mitra dalam meningkatkan jumlah produk sehingga produk dapat dibuat secara terus menerus; 2) Meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar dengan terlibat sebagai karyawan dari UMKM Kafana Food; 3) Meningkatkan kemampuan mitra dalam memasarkan produk

UMKM Kafana Food dengan menggunakan teknologi digital melalui *marketplace*; 4) Meningkatkan kemampuan mitra dalam membuat variasi produk, variasi rasa dan variasi kemasan; 5) Meningkatkan kemampuan mitra dalam membuat kemasan yang ramah lingkungan; 6) Meningkatkan kemampuan mitra dalam pengelolaan administrasi dan keuangan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan mitra dari UMKM Kafana Food yang berlokasi di Kampung Batu Kembar RT.04 RW. 03 Desa Ciderum Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor. Waktu pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan dari bulan Maret – Juli tahun 2024. Pada Gambar 1 berikut ditampilkan jarak antara lokasi UMKM Kafana Food dengan Universitas Pakuan.



Gambar 1. Jarak Lokasi Mitra dari Perguruan Tinggi

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan melakukan pelatihan. Sebelum memulai pelatihan dilakukan beberapa tahapan terlebih dahulu. Tahap pertama, melakukan identifikasi kebutuhan UMKM Kafana Food terkait dengan mesin produksi yang akan digunakan untuk memproses produk makanan mereka. Setelah itu, mengadakan pelatihan kepada mereka mengenai pemilihan, penggunaan, dan perawatan mesin produksi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Tahap kedua, melakukan pelatihan kualitas pengolahan kepada pegawai UMKM. Tujuannya untuk mengenalkan teknik pengolahan yang baik dan benar menggunakan mesin produksi tersebut. Termasuk dalam pelatihan ini adalah pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi, penggunaan mesin dengan tepat. Tahap ketiga, mengenalkan digitalisasi pemasaran. Dalam tahapan ini bertujuan untuk membantu UMKM Kafana Food untuk menerapkan strategi pemasaran digital. Ini melibatkan pengembangan *website* atau aplikasi pemesanan *online* untuk mempromosikan produk dan meningkatkan aksesibilitas bagi pelanggan. Selain itu, menyediakan pelatihan tentang penggunaan media sosial dan teknik pemasaran

digital lainnya untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan potensial. Tahap terakhir, tahap monitoring dan evaluasi. Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap metode dan strategi yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Dengan memberikan pendampingan kontinu kepada UMKM Kafana Food diharapkan dapat membantu mengatasi masalah yang mungkin timbul dan meningkatkan efektivitas proses pengolahan dan pemasaran produk makanan mereka.

HASIL KEGIATAN

Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan terdiri dari 4 orang dosen dan 2 orang mahasiswa. Tim tersebut melibatkan UMKM Kafana Food dalam setiap tahap kegiatan dengan pendekatan partisipatif. Mereka akan meminta masukan dari UMKM Kafana Food tentang kebutuhan dan tantangan yang dihadapi. Dalam kolaborasi dengan UMKM, tim akan merancang solusi yang sesuai dengan konteks lokal dan memberikan pendampingan yang berkelanjutan. Mengacu kepada metode pelaksanaan, dilaksanakan kegiatan sebagai berikut ini.

Tahap identifikasi dan pelatihan pemilihan mesin produksi

Tim pengabdian melakukan pendekatan untuk mengidentifikasi masalah kebutuhan UMKM terkait dengan kebutuhan mesin produksi. ini dengan mendampingi UMKM Kafana Food dalam mengelola produksi dan pemasaran. Lalu tim mendampingi dan memberikan konsultasi langsung untuk mengelola proses produksi, seperti seputar penggunaan mesin produksi, teknik pengolahan yang baik, dan praktik keamanan pangan. Tim bersama-sama dengan Ibu Emar berupaya untuk membantu mengatasi tantangan yang mungkin muncul selama proses produksi. Gambar 2 berikut menunjukkan suasana saat pelatihan pemilihan mesin produksi.



Gambar 2. Pelatihan pemilihan mesin produksi

Tahap Pelatihan Kualitas Pengolahan

Tim pengabdian memberikan pelatihan intensif kepada UMKM Kafana Food seputar manajemen produk makanan dalam konteks UMKM. Pelatihan mencakup aspek teknik pengolahan menggunakan mesin produksi, kualitas produk, penanganan makanan, dan kebersihan. Tujuannya adalah untuk memberikan

UMKM Kafana Food pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan proses produksi dan mempertahankan standar keamanan pangan yang tinggi. Gambar 3 berikut menunjukkan suasana pada saat tim pengabdian memberikan pelatihan kualitas pengolahan.



Gambar 3. Pelatihan Kualitas Pengolahan Produk

Tahap Digitalisasi Pemasaran

Tim pengabdian membantu UMKM Kafana Food memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produknya. Tim pengabdian melibatkan UMKM dalam pelatihan tentang pemasaran *online* melalui media sosial, membuat konten menarik, menggunakan *platform e-commerce*, dan memahami kebutuhan pasar lokal. Selain itu, tim juga membantu UMKM dalam menciptakan *branding* yang kuat dan mengoptimalkan kehadirannya di *platform* digital. Gambar 4 berikut contoh dari pemasaran *online* yang sudah dibuat. UMKM Kafana Food menggunakan media sosial Instagram.



Gambar 4. Instagram Kafana Food

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi berkala untuk melihat perkembangan UMKM Kafana Food dalam mengelola produksi dan pemasaran digitalnya. Mereka akan melihat peningkatan kualitas produk, peningkatan penjualan, dan tingkat kepuasan pelanggan. Pendekatan ini dapat membantu dalam mengidentifikasi keberhasilan dan perbaikan yang diperlukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis situasi, permasalahan, solusi yang ditawarkan, metode pelaksanaan dan hasil yang telah dilaksanakan maka kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah ada beberapa permasalahan yang terjadi pada UMKM Kafana Food dan Tim PKM memberikan beberapa solusi atas permasalahan yang timbul. Peningkatan kapasitas dan keberlanjutan program bisa menjadi acuan untuk melanjutkan pelaksanaan program kegiatan ini. Peningkatan kapasitas dapat dilakukan dengan mengevaluasi upaya UMKM Kafana Food dalam meningkatkan kapasitas mereka dalam mengaplikasikan teknologi mesin produksi dan pemasaran digital. Hal ini dapat dicapai melalui pelatihan, penyuluhan, dan juga pelayanan konsultasi. Sementara itu, untuk evaluasi keberlanjutan program, pertanyaan yang dapat diajukan bisa seputar tingkat keterlibatan masyarakat dalam program, termasuk apakah program ini bisa menjadikan pemikiran para pelaku UMKM menjadi lebih inklusif dan visioner dalam mengembangkan usaha mereka. Selain itu, evaluasi keberlanjutan program juga bisa dilakukan dengan mengevaluasi seberapa besar kesinambungan penerapan teknologi mesin produksi dan pemasaran digital di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan dalam rangka Hibah Internal ke-2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Dengan ini tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Ketua Yayasan Pakuan Siliwangi, Rektor Universitas Pakuan, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, Ketua Pusat Riset dan Inovasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Puspemal, Ketua Forum UKM/IKM Kecamatan Caringin, pemilik dan pengelola UMKM Kafana Food.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, A. N., Hijrah, L., Putri, D. A., Putri, W. U., Fauziah, S., & Darus, A. O. (2022). Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri*, 6(2), 1477-1485. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7336>
- Dewi, H. S. C. P., Prabayanti, H. R., Pembayun, N. S. R., & Erta, E. (2023). Pelatihan Social Media Marketing pada Pelaku UMKM di Desa Semanding. *Lumbang Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 343-350. <https://doi.org/10.36312/linov.v8i2.1325>
- Hamzah, R. E., Sungkono, N., & Santoso, P. Y. (2022). Pengelolaan Konten Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Usaha Kecil Warga Kampung Anyar, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 2(2), 64-70.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Zuriana, Suwandi, Utami, R. R., De Yusa, V., & Dewanda, S. (2023). PENDAMPINGAN PENINGKATAN PEMASARAN UMKM BERBASIS TEKNOLOGI DI DESA BANDING KECAMATAN RAJABASA. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(3), 92-99. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v1i3.208>