

## Sosialisasi Strategi Produksi Pada Usaha Dagang Kue Pia Mr Jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar Rt 21 Bengkulu

Tito Irwanto <sup>1)</sup>, Meylan Pratama <sup>2)</sup>, Hafiz Agung Rasuma <sup>3)</sup>, Haqil Rajaliu <sup>4)</sup>, Yudi Irawan Abi <sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5)</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1</sup> [titoirwanto@unived.ac.id](mailto:titoirwanto@unived.ac.id); <sup>2</sup> [meylanpratama157@gmail.com](mailto:meylanpratama157@gmail.com); <sup>3</sup> [agungrasumahafiz@gmail.com](mailto:agungrasumahafiz@gmail.com); <sup>4</sup> [haqilrajaliu@gmail.com](mailto:haqilrajaliu@gmail.com); <sup>5</sup> [yudiirawanabi@unived.ac.id](mailto:yudiirawanabi@unived.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received [15 Juli 2022]

Revised [15 Agustus 2022]

Accepted [10 September 2022]

### KEYWORDS

Strategi Produksi, Kue PIA  
MR, Pemasaran

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu, merupakan salah satu kelurahan yang terletak di kecamatan Ratu Agung. Proses pembuatan jurnal ini bertujuan untuk bagaimana caranya manajemen produksi itu berfungsi di dalam pembuatan dan penjualan kue di usaha PIA "MR". Di dalam pembuatan kue terdapat berbagai macam proses yang dilakukan. Proses dalam pembuatan kue PIA "MR" memiliki tahapan input-proses-output, tahapan pertama yaitu Input, proses ini membutuhkan bahan baku seperti gandum, minyak, telur, gula, kacang tanah, dan mentega. Tahapan kedua yaitu Proses dalam hal ini pemilik usaha harus memiliki peralatan yang lengkap untuk membuat serta mencetak adonan agar mendapatkan hasil yang maksimal dengan bentuk yang di banyak diminati para konsumen. Tahapan yang ketiga yaitu Output dimana pada proses ini adalah tahap akhir dari pembuatan kue PIA "MR" atau hasil dari setiap proses tahapan yang dilalui dengan menghasilkan produk dengan kualitas yang baik sehingga menarik pandangan konsumen untuk membeli kue tersebut. Menurut Hanif, et al., (2019) didalam bisnis ada hal yang penting yang harus diperhatikan yaitu a. penerapan pembukuan yang sesuai dengan kaidah yang berlaku yang akan membantu Usaha dagang untuk melakukan penganggaran, menghitung unit cost, menetapkan harga jual yang tepat, serta dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis, b. analisis unit cost agar harga jual yang ditetapkan mampu bersaing di pasar, c. analisis Break even point untuk meningkatkan efisiensi produksi dan menambah kapasitas produksi dan perluasan pasar, d. penggunaan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan operasional dan kegiatan pemasaran.

### ABSTRACT

This community service program was carried out on Jalan Dempo VI, Sawah Lebar Village, RT 21 Bengkulu, which is one of the villages located in the Ratu Agung sub-district. The process of making this journal is aimed at how the production management functions in the manufacture and sale of cakes in the PIA "MR" business. There are various processes involved in making cakes. The process in making PIA "MR" cake has input-process-output stages, the first stage is Input, this process requires raw materials such as wheat, oil, eggs, sugar, peanuts, and butter. The second stage is the process, in this case the business owner must have complete equipment to make and print the dough in order to get maximum results in a form that is in great demand by consumers. The third stage is Output where in this process is the final stage of making PIA "MR" cakes or the results of each stage process that is passed by producing products with good quality so as to attract consumer views to buy the cake. According to Hanif, et al., (2019) in business there are important things that must be considered, namely a. application of bookkeeping in accordance with applicable rules that will help trading businesses to budget, calculate unit costs, set the right selling price, and can be the basis for making business decisions, b. unit cost analysis so that the set selling price is able to compete in the market, c. Break even point analysis to improve production efficiency and increase production capacity and market expansion, d. use of information technology to support operational activities and marketing activities.

## PENDAHULUAN

Bisnis tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Barang dan jasa tersebut disebut sebagai produk. Bagi UMKM yang akan menjalankan usahanya, pilihan utama mengenai produk apa yang akan dijual ke pasar dalam usaha itu menjadi hal yang sangat penting karena, pada nantinya sebuah usaha akan dikenal lewat produknya.

Produk merupakan segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, dimana tiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Produk yang dihasilkan UMKM harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pada aspek produksi permasalahan yang perlu mendapatkan perhatian adalah bagaimana meningkatkan kapasitas produksi terhadap produk yang dihasilkan, serta bagaimana menjaga kualitas produk tersebut. Konsentrasi pada kedua hal tersebut saja masih perlu penambahan lagi yakni upaya inovasi dan pengembangan produk perlu mendapatkan perhatian yang serius.

Strategi produk merupakan suatu strategi yang dilaksanakan oleh UMKM yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan dan berhubungan pula dengan atribut lain yang melekat pada produk. Strategi produk yang dapat dilakukan oleh perusahaan diantaranya, strategi positioning produk, strategi repositioning produk, strategi overlap produk, strategi lingkup produk, strategi desain produk, strategi eliminasi, produk, strategi produk baru, Strategi diversifikasi dan value marketing strategy.

Selain itu, UMKM juga dituntut untuk melakukan pengembangan terhadap produknya. Seperti usaha dagang PIA “MR” di jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar Kota Bengkulu yang dikenal sebagai salah satu distributor kue PIA yang ada di Kota Bengkulu, pemilik usaha harus lebih memperhatikan apa yang di inginkan oleh masyarakat dari segi manapun sehingga bisa bersaing dengan usaha yang juga membuat produk yang sama. Pada dasarnya pemilik usaha harus berpikir kreatif, inovasi, dan kolaborasi.

Ada beberapa permasalahan yang dihadapi mitra antara lain: (1) proses produksi yang masih sederhana sehingga kapasitas produksi terbatas dan kualitas belum optimal, (2) manajemen usaha Kue PIA “MR” belum tertata dengan baik sehingga keuntungan usaha belum bisa dihitung dengan benar. Secara spesifik, beberapa permasalahan yang masih dihadapi oleh Produksi Kue “MR” Di jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu, antara lain: (1) proses produksi belum optimal, yaitu proses produksi kurang efisien, kualitas produk belum baik dan kuantitas produk yang dihasilkan kurang maksimal. Hal ini disebabkan alat yang digunakan masih manual dan sederhana, (2) penghitungan kas produksi yang belum akurat, (3) tenaga kerja yang kurang, (4) pemasaran yang kurang luas, (5) belum memiliki strategi pemasaran yang sesuai, (6) desain Kemasan produk dan merek kurang menarik, (7) belum ada jaminan kesehatan dan kehalalan.

Tujuan pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) dengan judul: “Sosialisasi Strategi produksi Pada Usaha Dagang Kue PIA “MR” di jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu adalah untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi serta memperbaiki manajemen usaha pada usaha Kue PIA “MR” di jalan Dempo VI kelurahan Sawah Lebar Rt 21 Bengkulu. Manfaat kegiatan ini adalah (1) meningkatkan kapasitas produksi dapat baik kualitas maupun kuantitasnya dan (2) keuangan usaha dapat dikelola dengan benar sehingga keuntungan usaha dapat dihitung dengan benar. (3) Menerapkan tahan input-proses-output agar lebih maksimal.

## METODE

Lokasi pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah masyarakat yang melakukan kegiatan UMKM yang berlokasi jalan Dempo VI kelurahan Sawah Lebar RT. 21 Bengkulu. Adapun metode yang kami gunakan dalam pengabdian masyarakat yaitu sebagai berikut (Rita et al., 2021):

### Metode Observasi

Observasi atau pengamatan yaitu, Pengamatan yang kami lakukan dengan cara mengamati secara langsung dalam kegiatan produksi usaha kue PIA “MR” di jalan Dempo VI kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu

### Metode Pendekatan

Yakni metode atau cara pendekatan dengan pemilik usaha dan karyawan dilakukan untuk saling sharing, selama berusaha, pengalaman, kendala, dll

### Metode Wawancara

Pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan sumber data yakni pemilik usaha dan karyawan yang bekerja disana

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Aktivitas

Kegiatan pengabdian dilakukan pada usaha dagang kue PIA “MR” di jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu. Pelaksanaan ini dilakukan secara langsung ke pabrik kue tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk sosialisasi tentang strategi produksi bagaimana cara memproduksi dengan

benar dan membahas mengenai inovasi apa yang harus dibuat seiring perkembangan zaman sekarang ini. Dalam pengabdian ini kami ikut secara langsung dalam kegiatan produksi kue PIA dengan karyawan disana kami membuat adonan kue PIA terus dilanjut memasukan beberapa rasa didalamnya yaitu rasa ubi ungu, kacang tanah, dan kacang hijau.

Hasil pelaksanaan kegiatan ini telah sesuai seperti apa yang diharapkan, dalam arti aspek kualitas produk, peningkatan kapasitas produksi, kemasan dan desain, maju atau mundurnya sebuah usaha sangat ditentukan oleh keterbukaan dan kekompakan seluruh elemen yang terkait, dimana keterbukaan tersebut melibatkan semua divisi, antara lain, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), divisi keuangan, divisi pemasaran, divisi produksi, divisi pemeliharaan, dan divisi lainnya. Pengelolaan sebuah usaha bukan hanya dilakukan secara internal tetapi pengelolaan eksternal juga perlu dipertimbangkan karena sebuah usaha tidak akan luput dari persaingan dalam mencapai tujuannya. Salah satu cara untuk mempertahankan atau meningkatkan efektivitas sebuah usaha dalam mencapai tujuannya adalah dengan memperbaiki dan mengembangkan keunggulan komparatif (*comparative advantage*). Suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalan usaha yang lebih menguntungkan. Dalam analisis faktor-faktor internal dan eksternal akan ditentukan aspek-aspek yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan yang menjadi ancaman (*treatment*) sebuah organisasi. Dengan begitu akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang dapat dijalankan (Rangkuti, 2009). yang pada intinya mitra dan masyarakat pada umumnya memiliki kemauan untuk berkembang secara ekonomi dan meningkatkan kapasitas usahanya. Pada aspek produksi terdapat peningkatan kapasitas produksi yang sangat signifikan, yakni yang semula hanya mampu memproduksi maksimal 180 kotak mika dalam sehari, setelah dilakukan pendampingan dan pengadaan serta pemberian saran untuk kedepannya menggunakan alat yang lebih modern sehingga bisa mencapai hasil produksi yang maksimal dan mampu meningkatkan target hingga dua kali lipat produksi. Kemampuan peningkatan ini tentunya disesuaikan pula pada keterbatasan sumber daya manusia yang melakukan proses produksinya. Di kegiatan pengabdian ini kami ikut serta dalam produksinya dan disela memasak kue kami melakukan wawancara dan pendekatan dengan karyawan dan pemilik usaha, disitu kami bertanya kepada karyawan apa faktor penghambat produksi selama bekerja disini ?

Lalu karyawan menjawab bahwa penghambatnya ialah dalam produksinya masih tradisional alat produksinya pun masih sangat sederhana tidak luput juga kami mewawancarai pemilik usaha mengenai produksi. Di tempat usaha kue "MR" ini hanya memproduksi kue bakpia dengan rasa kacang hijau dan kacang tanah dan ada yang unik yaitu disini juga memproduksi kue bistar yang hanya dibuat disini. Dalam produksinya masih menggunakan alat tradisional dengan melakukan wawancara tersebut kami menyarankan untuk menggunakan alat yang lebih modern dan membuat kue dengan varian yang baru sebab banyak usaha yang juga membuat kue bakpia, pemilik usaha menjawab dengan santun bahwa mungkin nanti akan menggunakan alat yang modern tetapi akan bertahap dikarenakan modal, dan juga untuk membuat varian rasa baru yakni dengan membuat bakpia rasa keju tutur kata pemilik usaha tersebut.

Tetapi varian rasa keju ini harganya cukup mahal mungkin nanti akan lebih mahal dengan rasa yang lain. Berikut disajikan beberapa dokumentasi dalam kegiatan sosialisasi strategi produksi kue (Gambar 1, 2, dan 3)



**Gambar 1. Tim menyampaikan materi kepada karyawan dan pemilik usaha di Jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu.**





**Gambar 2. Dokumentasi dalam pencetakan adonan dan pemberian topping**



**Gambar 3. Dokumentasi dalam penyusunan kue dan berfoto bersama karyawan**

Pada kegiatan pengabdian ini kami turut serta turun ke dalam pengambilan pembuatan produk Usaha dagang PIA “MR” yang berlokasi di jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar Kota Bengkulu. Beberapa hal yang diperoleh dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat antara lain :

Gambar 1. Sebelum turun ke dalam pengambilan pembuatan produk kue, terlebih dahulu tim pengabdian melakukan sosialisasi dalam memberikan pencerahan serta memberikan motivasi terhadap ibu-ibu agar menyadari bahwa para ibu-ibu memiliki kemampuan yang besar untuk dapat berwirausaha dan membantu ekonomi keluarga serta membantu untuk meningkatkan wawasan pengetahuan serta pengembangan strategi produksi usaha pembuatan kue PIA yang kreatif, inovatif, dan kolaborasi.

Gambar 2. lalah proses pencetakan dalam pembuatan adonan kue, pada tahapan ini proses awal pencampuran bahan-bahan yang terdiri dari tepung gandum, minyak, telur, gula, mentega, dan lain-lain. Lalu adonan dicetak menggunakan plastik dan digiling dengan botol sampai berbentuk yang di inginkan. Pemberian topping yaitu pada proses tahapan ini memberikan berbagai rasa di dalam adonan seperti coklat, kacang hijau, dan kacang tanah kemudian adonan di lipat berbentuk persegi panjang, lalu langkah selanjutnya pemberian biji wijen yang di taburkan di atasnya.

Gambar 3. Penyusunan kue Setelah kue diberikan toping kemudian kue di oleskan margarin dan disusun ditempat yang sudah ada agar mempermudah dalam pengovenan, langkah terakhir ialah menempatkan/memasukan kue yang sudah di susun rapi di wadah kedalam oven. kuepun selalu di cek, ketika sudah masak kue di dinginkan terlebih dahulu sebelum melakukan pengemasan, ketika proses pengemasan kue sudah selesai karyawan tidak lupa selalu memberikan logo/merek kue yaitu PIA "MR". Dalam hal ini kami menyempatkan berfoto bersama karywan dengan memegang sempel kue yang sudah dikemas rapi kesempatan ini tidak kami sia-sikan dengan bertanya mengenai produksi kue kepada karyawan yang berkerja.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Produk merupakan segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, dimana tiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Produk yang dihasilkan UMKM harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Berdasarkan kegiatan abdi masyarakat yang sudah dilaksanakan pada UD PIA "MR" di jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu, dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut :

- 1) Produksi yang digunakan untuk membuat kue masih tradisional dan kami menyarankan untuk mengunakan alat modern untuk kedepannya agar produksi lebih maksimal.
- 2) Jenis kue yang diproduksi saat ini masih sedikit yaitu kue pia rasa( kacang tanah dan kacang hijau) dan kue bistar rasa (coklat).
- 3) Dan sedikit tentang pemasaran setelah produksi di UD PIA "MR" yang masih menggunakan cara menjual dengan menitipkan ketoko-toko yang ada dibengkulu dan juga ada yang menjual ke luar provinsi yaitu padang.

Pada kegiatan pengabdian ini kami terjun langsung ke lokasi untuk memastikan bagaimana cara usaha dagang PIA "MR" melakukan produksinya, serta melihat proses input dan output produk yang akan dipasarkan kepada konsumen.

### Saran

Diharapkan pada pemilik UMKM PIA "MR" di jalan Dempo VI kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu dalam produksinya masih menggunakan alat tradisional dengan melakukan wawancara tersebut kami menyarankan untuk menggunakan alat yang lebih modern dan membuat kue dengan varian yang baru sebab banyak usaha yang juga membuat kue bakpia, Kemauan tersebut juga terjadi pada aspek pemasaran dan akses pemodalannya, yang pada intinya mitra dan masyarakat pada umumnya memiliki kemauan untuk berkembang secara ekonomi dan meningkatkan kapasitas usahanya. Pada aspek produksi terdapat peningkatan kapasitas produksi yang sangat signifikan, yakni yang semula hanya mampu memproduksi maksimal 180 kotak mika dalam sehari, setelah dilakukan pendampingan dan pengadaan serta pemberian saran untuk kedepannya menggunakan alat yang lebih modern sehingga bisa mencapai hasil produksi yang maksimal dan mampu meningkatkan target hingga dua kali lipat produksi. Kemampuan peningkatan ini tentunya disesuaikan pula pada keterbatasan sumber daya manusia yang melakukan proses produksinya. Untuk kedepannya terus semangat serta gigih dalam mengembangkan usaha dan memperluas pemasaran produk dengan strategi pemasaran digital menggunakan sosial media sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan membuat inovasi baru yang bisa membuat konsumen tertarik untuk membeli.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Dehasen Bengkulu yang telah mewedahi pengabdian ini sehingga dapat terlaksana serta kami mengucapkan terima kasih kepada pemilik usaha dagang kue di jalan Dempo VI Kelurahan Sawah Lebar RT 21 Bengkulu yang telah memberikan dukungan terhadap pengabdian masyarakat yang kami lakukan semoga manajemen produksi serta pemasaran di masa yang akan datang lebih baik dan sangat luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berry, A.E. Rodriguez dan H. Sandeem, 2001, *Small and Medium Enterprise Dynamics in Indonesia*, *Bulletin of Indonesian Economic Studies* Vol. 37 (3): 363-384
- Dinas Perindustrian Kabupaten Aceh Besar (2020). Data Tahunan Jumlah Usaha Industri Rumah Tangga Kue Lumpia Kabupaten Aceh Besar.
- Hanif, H., Mulyani, M., Karya, S., & Brandinie, M. (2019). Aspek Psikologi Pendelegasian Manajemen dan Manajemen Biaya Pabrik Roti “ Yes ” di UPK PIK Pulo Gadung Jakarta Timur. *Academics in Action Journal*, 1(1), 20–26.
- KARAKTERISTIK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI BENTUK PENINGKATAN PROMOSI UMKM. 124–132. Ibrahim, A., Yusmaniarti, Y., Nurzani, Z., Gina, A., Pardede, I., Risky, N., & Husnia, A. (2019).
- Rangkuti, F. (2009). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Sukoco, I., Fordian, D., Fauzan, F., & Kurniawati, L. (2021). Penyuluhan makanan, bisnis kuliner, dan sertifikasi halal bagi pelaku ukm kabupaten pangandaran. *Kumawu*, 4 (2), 344–352.
- Thontowie, Septenaria, & Riswan. (2011). Sistem pengendalian manajemen produksi dan hubungannya dengan pengelolaan persediaan bahan baku. *Jurnal akuntansi&keuangan*, 2 (july), 1–7.
- Yusmaniarti, Fitri Santi, Fenni Lestari Tamsi Marini, Hesti Setiorini. (2022). Sosialisasi Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 1 (maret), 2-4.