

Pengabdian kepada masyarakat untuk UMKM: Mengembangkan usaha Ghani Cookies di Gorontalo

Community service for SMEs: Developing Ghani Cookies business in Gorontalo

Muh. Nabel Bilondatu¹⁾, Sahrain Bumulo^{2*)}, Zein Suleman³⁾, Nadia⁴⁾, Winda Hermanto⁵⁾, Salma Paranggi⁶⁾

¹²³⁴⁵⁶Jurusan Sosiologi, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

*Corresponding Author: sahrain@ung.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan vital dalam perekonomian Indonesia, namun sering menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan modal, akses pasar, dan kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital. Pandemi COVID-19 semakin memperburuk kondisi ini, memaksa banyak UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap bertahan. Pengabdian ini bertujuan untuk membantu pengembangan usaha Ghani Cookies di Gorontalo, dengan memberikan pendampingan dalam proses produksi serta pemanfaatan digital marketing untuk memperluas pasar. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, melibatkan wawancara langsung dengan pemilik usaha dan pendampingan pada setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, pembuatan adonan, hingga pengemasan produk. Selain itu, pelatihan pemasaran digital diberikan untuk membantu Ghani Cookies dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa melalui pendampingan ini, Ghani Cookies dapat meningkatkan efisiensi produksi dan memperluas pasar dengan menggunakan teknologi digital. Meskipun harga jual produk lebih rendah dibandingkan pesaing, kualitas tetap terjaga dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Kesimpulannya, UMKM seperti Ghani Cookies dapat berkembang dengan dukungan dalam peningkatan kualitas produksi dan penerapan pemasaran digital untuk memperkuat ketahanan ekonomi lokal.

Kata kunci: UMKM, digital marketing, Ghani Cookies, pengabdian masyarakat, Gorontalo.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (SMEs) play a vital role in Indonesia's economy but often face challenges such as limited capital, market access, and difficulties in adopting digital technology. The COVID-19 pandemic further exacerbated these conditions, forcing many SMEs to adapt to technological advancements to survive. This community service aims to support the development of Ghani Cookies in Gorontalo by providing guidance in the production process and utilizing digital marketing to expand market reach. The method used is a participatory approach, involving direct interviews with the business owner and assistance in every stage of production, from selecting raw materials, making dough, to packaging the product. Additionally, digital marketing training was provided to help Ghani Cookies leverage social media and e-commerce platforms. The results showed that with this support, Ghani Cookies could increase production efficiency and expand its market using digital technology. Despite the lower price compared to competitors, product quality is maintained, reaching a wider market. In conclusion, SMEs like Ghani Cookies can thrive with support in improving production quality and implementing digital marketing to strengthen local economic resilience.

Keywords: SMEs, digital marketing, Ghani Cookies, community service, Gorontalo.

Pendahuluan

Pembangunan ekonomi merupakan elemen krusial dalam mendukung kemajuan pembangunan nasional, dengan sektor ekonomi menjadi prioritas utama bagi pemerintah baik dalam kebijakan jangka pendek maupun jangka panjang. Keberhasilan pembangunan ekonomi sangat bergantung pada

peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang berkontribusi signifikan terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Azmi, 2023). UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, namun pandemi COVID-19 telah mengungkapkan kerentanannya. Banyak usaha kecil yang terpaksa menghentikan operasionalnya akibat penurunan daya beli masyarakat, kesulitan memperoleh bahan baku, dan gangguan arus kas. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh individu, tetapi juga menyebabkan peningkatan pengangguran dan pelemahan perekonomian secara keseluruhan (Wiguna, 2020).

Ketahanan UMKM Indonesia terhadap krisis ini masih tergolong rendah, terutama disebabkan oleh terbatasnya pengetahuan mengenai teknologi dan strategi bisnis yang adaptif. Hanya sebagian kecil pelaku UMKM yang telah memanfaatkan digital marketing, menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kemampuan digital dan adaptasi teknologi agar dapat bertahan dalam menghadapi tantangan ekonomi global (Wiguna, 2020). Pandemi ini memaksa pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, salah satunya dengan memanfaatkan digital marketing untuk mempromosikan produk mereka. Digital marketing, yang memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce, menawarkan berbagai keuntungan dibandingkan pasar tradisional, seperti transparansi harga, kemudahan akses, dan potensi untuk menjangkau pasar global dengan efisiensi yang lebih tinggi (Purwana et al., 2017; Loudon & Traver, 2016 dalam Lestari dan Wardani, 2022).

Dalam konteks ini, kemasan produk yang menarik, rapi, dan sesuai tren juga menjadi salah satu faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memanfaatkan digital marketing secara maksimal untuk memasarkan produk mereka, agar lebih mudah dikenal oleh pasar yang lebih luas. Wardhana (2018) menyatakan bahwa UMKM yang memanfaatkan akses online, aktif di media sosial, dan mengembangkan kemampuan dalam e-commerce cenderung meraih keuntungan bisnis yang signifikan, baik dari sisi pendapatan, penciptaan lapangan kerja, inovasi, maupun daya saing. Namun, meskipun ada potensi besar, masih banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi informasi, terutama dalam hal penggunaan media digital, dan belum menyadari manfaat serta peranannya yang besar dalam meningkatkan daya saing mereka.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% angkatan kerja di negara ini. Peranannya sangat vital, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi kemiskinan, dan memperkuat ketahanan ekonomi di tingkat lokal.

Namun, di balik kontribusinya yang besar, UMKM di Indonesia sering menghadapi berbagai tantangan yang tidak mudah, seperti keterbatasan modal, akses pasar, serta kesulitan dalam menjaga kualitas dan daya saing produk. Terlepas dari tantangan tersebut, banyak pelaku UMKM yang tetap bertahan dan bahkan berkembang pesat berkat inovasi, kreativitas, dan kegigihan mereka dalam mengelola usaha. Dalam hal ini, peran UMKM dalam perekonomian lokal sangat vital, karena selain menciptakan lapangan kerja, mereka juga membantu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Salah satu contoh sukses dari ketangguhan UMKM lokal adalah Ghani Cookies, sebuah usaha kue yang terletak di Kota Gorontalo. Berdiri sejak tahun 2020, Ghani Cookies telah menjadi salah satu usaha yang menarik perhatian masyarakat lokal. Ibu Fitria Ghani, sebagai pemilik usaha ini, memulai usahanya dengan modal yang sangat terbatas, hanya sekitar Rp. 100.000, dan berjualan kue basah di pasar tradisional. Keuletannya dalam menjalankan usaha dan kemampuannya dalam mengelola bisnis dengan cara yang cerdas telah membuat usaha ini berkembang pesat.

Keputusan Ibu Fitria untuk membuka lapak sendiri setelah bertahun-tahun berjualan secara tradisional merupakan langkah besar dalam mengembangkan usahanya. Berbeda dengan banyak usaha kecil lainnya yang kesulitan untuk bersaing dengan harga dan kualitas produk di pasar, Ghani Cookies tetap menjaga kualitas produk mereka, meskipun harga jualnya lebih rendah dari harga pasar. Hal ini membuat Ghani Cookies mampu menjangkau pasar yang lebih luas, terutama kalangan

masyarakat kelas bawah seperti petani dan buruh yang membutuhkan produk berkualitas dengan harga terjangkau.

Melalui pengabdian masyarakat ini, kami berkesempatan untuk mengunjungi dan mewawancarai langsung Ibu Fitria mengenai perjalanan usahanya. Kami juga melakukan pendampingan mulai dari pemilihan bahan baku hingga tahap pengemasan, serta tantangan yang dihadapi oleh Ibu Fitria dalam menjalankan usahanya. Selain itu, kami juga mendalami bagaimana Ibu Fitria menjaga kualitas produknya meskipun harga jualnya jauh lebih rendah dibandingkan dengan pesaing. Selain itu, kami juga terlibat langsung dalam proses produksi untuk memberikan kontribusi langsung kepada UMKM ini. Kami mengikuti langkah demi langkah proses pembuatan kue, mulai dari pencampuran bahan hingga pengemasan produk jadi. Melalui pengalaman ini, kami dapat melihat bagaimana setiap detail dalam proses produksi dipertimbangkan dengan seksama untuk menghasilkan produk yang berkualitas, serta pentingnya keterampilan dan pengetahuan dalam menjalankan usaha seperti ini.

Artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih dalam mengenai dinamika usaha UMKM di Indonesia, khususnya Ghani Cookies. Kami akan mengulas lebih lanjut tentang berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, serta kontribusi mereka dalam memperkuat perekonomian lokal. Selain itu, artikel ini juga akan memberikan wawasan mengenai pentingnya inovasi dalam pengelolaan usaha, serta dampak positif yang dihasilkan oleh usaha kecil seperti Ghani Cookies terhadap masyarakat sekitar.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan partisipatif dan praktikal, yang mengutamakan keterlibatan langsung dalam proses produksi dan pemecahan masalah yang dihadapi oleh UMKM. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di toko Ghani Cookies, yang terletak di Jalan Ahmad Alwahab, Telaga Biru, Gorontalo, pada tanggal 18 Mei 2024. Pendekatan yang digunakan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola usaha mereka, serta memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas produk dan pemasaran.

Waktu Kegiatan

- Hari sabtu tanggal 18 mei 2024 berangkat pada pukul 08.00 dan sampai di lokasi pada pukul 08.30
- Proses wawancara pukul 10.00-11.30 karena masih menunggu pemilik lapak tersebut, proses wawancara agak sedikit terlambat
- Proses mengikuti kontribusi UMKM di mulai 11.30 selesai pada pukul 16.00

Langkah-langkah Kegiatan

1. **Wawancara dan Identifikasi Masalah** Kegiatan dimulai dengan wawancara langsung dengan pemilik Ghani Cookies, Ibu Fitria Ghani, yang bertujuan untuk memahami latar belakang usaha, tantangan yang dihadapi, serta peluang yang ada. Wawancara ini membantu tim pengabdian untuk mengidentifikasi masalah-masalah utama yang dihadapi oleh usaha ini, seperti masalah pengelolaan modal, keterbatasan akses pasar, dan kesulitan dalam digitalisasi pemasaran.
2. **Pendampingan dalam Proses Produksi** Setelah wawancara, kami terlibat langsung dalam proses produksi kue. Kami membantu Ibu Fitria dalam memilih bahan baku yang tepat, memberikan saran tentang peningkatan kualitas produk, serta berbagi pengetahuan mengenai teknik pengemasan yang lebih efisien. Kami juga memantau dan memberikan saran dalam tahap pembuatan adonan, pengukusan, dan pengemasan produk akhir. Keterlibatan langsung ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan menjaga kualitas produk Ghani Cookies.
3. **Pendampingan dalam Pemasaran Digital** Mengingat tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam hal pemasaran, tim pengabdian juga memberikan pelatihan mengenai pemasaran digital. Kami memberikan wawasan tentang cara menggunakan media sosial dan platform e-

commerce untuk mempromosikan produk. Kami juga menunjukkan cara membuat konten yang menarik untuk media sosial serta memberikan pelatihan dasar tentang cara menggunakan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk Ghani Cookies di pasar digital.

4. **Pengemasan dan Distribusi** Sebagai bagian dari proses akhir, kami memberikan saran dan bantuan dalam hal pengemasan produk. Kami menunjukkan teknik pengemasan yang lebih efisien dan profesional, yang dapat memperpanjang umur simpan produk serta meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, kami juga memberikan informasi tentang cara melakukan distribusi yang lebih efektif, termasuk penggunaan saluran distribusi yang lebih terorganisir.

Hasil dan Pembahasan

Pada hari Sabtu, 18 Mei 2024, kelompok 3 kami melakukan kegiatan wawancara di toko Ghani Cookies yang terletak di Jalan Ahmad Alwahab, Telaga Biru, Gorontalo. Kami mewawancarai Ibu Fitria Ghani, selaku pemilik usaha Ghani Cookies. Dalam wawancara tersebut, Ibu Fitria menceritakan bagaimana awal mula ia memulai usaha dengan modal yang sangat terbatas, hanya sebesar Rp 100.000. Pada awalnya, Ibu Fitria hanya menjual kue basah di pasar tradisional Talaga. Seiring berjalannya waktu, beliau mulai menitipkan dagangannya di lapak-lapak terdekat selama kurang lebih 10 tahun.

Kemudian, pada tahun 2020, Ibu Fitria memutuskan untuk membuka lapaknya sendiri. Beliau tidak menghitung hasil pendapatan dari usahanya secara terperinci, karena penghasilan yang didapat setiap hari digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, di luar biaya bahan baku. Ibu Fitria menjual kuenya dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar, karena ia menargetkan masyarakat kecil seperti petani dan buruh. Meskipun harganya lebih murah, rasa dan kualitas produk yang dihasilkan tetap terjaga, tidak murahan.



Gambar 1. Bahan-bahan yang di butuhkan

Dari gambar diatas menunjukkan bahan bahan yang perlu di butuhkan ialah sebagai berikut:

- Tepung Terigu
- Minyak Goreng
- Telur
- Gula pasir
- Susu kental manis
- SP kue
- Coklat bubuk
- Misis
- Vanili

- Mentega
- Bucking powder
- Butter cream

Kemudian Alat yang di butuhkan ialah sebagai berikut:

- | | |
|--------------------|---------------|
| - Wadah | - Kompor |
| - Mixer | - Alat kukus |
| - Spatula | - Kaus tangan |
| - Sendok | - Tirisan |
| - Loyang alumunium | - kuas |
| - Gunting | - Pisau roti |
| - Timbangan | - Kertas roti |
| - Cerek pengukur | |



Gambar 2. Proses pembuatan adonan

Pada tahap ini, gula pasir diukur sebanyak 225 gram dan telur sebanyak 6 butir. Selanjutnya, tuangkan gula ke dalam loyang dan pecahkan 6 butir telur bersama dengan 1 bungkus vanili. Kemudian, aduk menggunakan mixer selama 15 menit pada kecepatan level 5. Setelah itu, tambahkan $\frac{1}{2}$ sendok makan SP kue, dan aduk kembali hingga tercampur merata. Tambahkan lagi $\frac{1}{2}$ sendok makan SP kue dan lanjutkan mengaduk dengan mixer hingga adonan mengembang sempurna.



Gambar 3. Proses pembuatan tepung di campur bubuk coklat

Tahap selanjutnya tahap pengukuran tepung sebanyak 160 gram, karena kita akan membuat kue coklat maka kita menambahkan bubuk coklat, dan backing powder sebanyak $\frac{1}{2}$ sdm di aduk hingga merata.



Gambar 4. Proses mencampur adonan coklat

Selanjutnya, ukur minyak kelapa sebanyak 125 ml. Setelah itu, masukkan tepung yang telah dicampur dengan bubuk coklat ke dalam adonan yang sudah mengembang, kemudian tuangkan minyak kelapa. Tambahkan 1 bungkus SKM coklat untuk menambah cita rasa coklat pada adonan. Aduk menggunakan mixer pada kecepatan rendah (level 1) hingga merata, kemudian lanjutkan mengaduk secara manual dengan spatula. Pembuatan adonan pun selesai. Minyak kelapa yang ditambahkan berfungsi untuk membuat adonan tetap basah dan tidak kering saat dikukus nantinya.



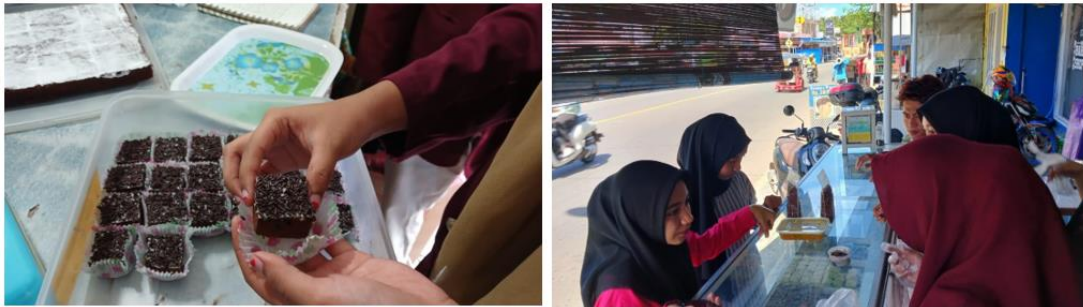
Gambar 5. Proses menuangkan adonan dan siap di kukus

Pada gambar di atas, proses pengolesan mentega dilakukan secara tipis dan merata pada loyang aluminium. Pengolesan mentega yang tipis bertujuan agar kertas roti dapat menempel dengan baik pada loyang. Setelah itu, masukkan kertas roti yang telah dipotong sesuai ukuran loyang, kemudian oleskan lagi mentega secara merata, dengan jumlah yang cukup agar adonan tidak lengket pada loyang. Selanjutnya, karena adonan akan mengembang, tuangkan adonan yang telah siap ke dalam setengah loyang. Dalam tahapan pembuatan adonan ini, dihasilkan dua loyang aluminium, dengan masing-masing loyang berisi sekitar 40 buah kue, sehingga totalnya mencapai sekitar 80 buah kue yang siap dijual. Ratakan adonan dengan spatula, sementara itu, siapkan air untuk pengukusan dan tuangkan ke dalam panci pengukusan. Nyalakan api sedang dan biarkan air mendidih. Setelah itu, adonan siap untuk dikukus selama sekitar 20 menit agar matang merata. Sembari menunggu pengukusan selesai, persiapkan alat pemotong kue, spatula, kaus tangan, butter cream, dan topping untuk proses pengepakan.



Gambar 6. Proses pengolesan butter krim dan toping

Gambar di atas menunjukkan proses di mana adonan telah matang dan siap diberi butter cream, yang kemudian diratakan menggunakan spatula. Penambahan butter cream bertujuan untuk meningkatkan cita rasa pada kue tersebut. Saat menaburkan topping mipsis, perlu dilakukan dengan hati-hati karena mipsis dapat bertaburan kemana-mana, yang dapat mengurangi estetika pada saat proses pengepakan.



Gambar 7. Proses packing kue

Tahap berikutnya adalah proses pengepakan kue, yang telah dibagi menjadi 80 potong dan siap untuk dijual. Gambar di atas menunjukkan pelanggan pertama yang membeli produk kami. Kami berhasil mendapatkan cukup banyak pelanggan dari pagi hingga selesai, dan alhamdulillah, seluruh produk yang kami buat habis terjual.



Gambar 8. Foto bersama setelah selesai proses pengabdian

Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam pengembangan usaha Ghani Cookies di Gorontalo menunjukkan pentingnya pemberdayaan UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil. Usaha Ghani Cookies yang dikelola oleh Ibu Fitria Ghani berhasil berkembang pesat meskipun memulai dengan modal yang terbatas. Melalui pendampingan yang dilakukan, mulai dari proses produksi hingga pengemasan, Ghani Cookies dapat meningkatkan kualitas produk dan efisiensi produksi.

Pemberdayaan ini mencakup peningkatan keterampilan dalam pengelolaan bahan baku, teknik pengemasan, serta menjaga kualitas produk yang tetap terjaga meskipun harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan pesaing. Keberhasilan dalam menjaga kualitas produk memberikan dampak positif, tidak hanya pada peningkatan pendapatan usaha, tetapi juga pada penguatan perekonomian lokal.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan kontribusi langsung terhadap pengembangan usaha Ghani Cookies, tetapi juga menjadi contoh yang baik untuk pengembangan UMKM di Gorontalo dan daerah lain di Indonesia. Kegiatan serupa diharapkan dapat terus dilaksanakan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan ketahanan UMKM dalam menghadapi tantangan yang ada.

Referensi

- Azmi, K. (2023). Analysis strategi pemasaran produk UKM Pina Furniture Bypass Lubeg Padang. *Journal of Student Research*, 1(1), 350–355.
- Fauziah, N. A., Ala'aldin, J., Reihan, M., Hariyono, F. M., Hidayatullah, R. A., & Wahyudi, K. E. (2023). Upaya peningkatan pendapatan UMKM kue kering melalui branding kemasan dan pemanfaatan digital marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 60–64.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-commerce 2016: Business. Technology. Society*. Pearson Education.
- Lestari, I. D., & Wardani, L. D. P. (2022). Pengembangan UMKM Kue melalui digital marketing pada era pandemi Covid-19 Desa Grajagan. *Abdimasku*, 5(2), 274–283.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Wiguna, D. K. S. (2020). Selama pandemi Covid-19, sebanyak 301.115 UMKM beralih ke digital. *Antaranews*. <https://www.antaranews.com/berita/1563584/selamapandemi-covid-19-sebanyak-301115-umkm-beralih-ke-digital> (accessed on September 17, 2021).