

PENGEMBANGAN UMKM DAN EKONOMI KREATIF PADA OEMAH PUDDING & CAKE

¹Kartika Yuliari, ²Krissantina Eferyn, ³Desi Kristanti, ⁴Sielva Gebriella Denakrisnada,

⁵Intan Putri Viona

^{1,2,3,4,5}Universitas Kediri

*e-mail : kartikay@unik-kediri.ac.id

Abstrak : Oemah Pudding & Cake merupakan salah satu UMKM yang berada di Dusun Jatiwekas Desa Kedawung Kabupaten Kediri yang menjual pudding dan cake, sebagai salah satu pelaku UMKM di sektor kuliner memiliki potensi besar untuk berkembang namun menghadapi tantangan dalam pengelolaan bisnis dan pemasaran digital. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan jiwa wirausaha dan kemandirian ekonomi kreatif melalui pengembangan produk inovatif, strategi pemasaran digital, dan peningkatan pendapatan keluarga, sehingga tercipta UMKM yang kompetitif dan berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu dengan mengadakan survei dalam bentuk wawancara tentang pengetahuan mitra mengenai pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif sebelum dan sesudah pelatihan, community development, focus discussion group, pendampingan serta monitoring dan evaluasi. Peserta pelatihan diajarkan cara menciptakan variasi produk baru yang inovatif dan kreatif, serta memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pemasaran. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa partisipan mampu meningkatkan keterampilan mereka dalam memproduksi produk berkualitas serta memasarkan produk dengan modal kecil namun menghasilkan penghasilan yang memuaskan. Dampak dari program ini juga terlihat dari meningkatnya pendapatan keluarga dan terwujudnya kemandirian ekonomi yang lebih kuat. Dengan kegiatan ini, diharapkan Oemah Puding & Cake dapat menjadi pelopor dalam industri kuliner lokal, menciptakan UMKM yang kompetitif dan berkelanjutan, serta berkontribusi dalam pengembangan ekonomi kreatif di era digital.

Kata Kunci: UMKM, Ekonomi Kreatif, Inovasi Produk

Abstract : Oemah Pudding & Cake is one of the MSMEs located in Jatiwekas Hamlet, Kedawung Village, Kediri Regency that sells pudding and cakes, as one of the MSME actors in the culinary sector has great potential to grow but faces challenges in business management and digital marketing. The purpose of this training is to increase the entrepreneurial spirit and independence of the creative economy through the development of innovative products, digital marketing strategies, and increasing family income, to create competitive and sustainable MSMEs. The method used in this activity is surveying the form of interviews about partner knowledge about the development of MSMEs and the creative economy before and after training, community development, focus discussion groups, mentoring, and monitoring and evaluation. Trainees were taught how to create innovative and creative new product variations, as well as utilize digital platforms such as social media and e-commerce to expand their marketing reach. The results of this activity showed that participants were able to improve their skills in producing quality products and marketing products with small capital but generating satisfactory income. The impact of this program can also be seen in the

increase in family income and the realization of stronger economic independence. With this activity, it is hoped that Oemah Pudding & Cake can become a pioneer in the local culinary industry, create competitive and sustainable MSMEs, and contribute to the development of the creative economy in the digital era.

Keywords: MSMEs, Creative Economy, Product Innovation

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif sebagai evolusi pada era ekonomi baru pada masa masyarakat milineal digital, yang mengintensipkan informasi dan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis pada pengetahuan, sikap, karakter manusia (Darmawati, 2022). Ide kreatif yang muncul dari pemikiran manusia sebagai faktor utama yang melahirkan suatu karya kreasi yang unik (Fadhilaturrahmi et al, 2021). Hal inilah yang menjadikan ekonomi kreatif dapat berperan sebagai komponen penggerak pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja yang professional, dengan model strategi penjualan yang kreatif serta instan dengan online digital (Rahmawati, 2018). Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industry kreatif, yang menghasilkan output dari pemanfaatan kreativitas, keahlian dan bakat. Ekonomi kreatif juga dapat dikatakan sebagai penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan warisan budaya dan teknologi, atau di sebut knowledge based economy merupakan pendekatan dan tren sebagai pertumbuhan ekonomi kreatif (Howkins, 2017).

Industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut di dalam perekonomian nasional, dalam kategori industry kreatif jasa, periklanan, arsitektur, pasar barang, seni, kerajinan desain, fashion, film, video dan fotografi, permainan interaktif, music, seni pertunjukan dan lebih banyak lagi yang dapat dikembangkan baik secara teknologi (Mauidzoh, 2018). Khususnya saat ini digital marketing merupakan suatu hal yang wajib dan krusial bagi kehidupan manusia seperti memasarkan produk melalui media sosial agar meraih pelanggannya secara langsung sehingga nantinya dapat meminimalisasi dana yang dikeluarkan untuk kebutuhan promosi (Sari, 2021); (Vinerean, 2019).

Oemah Pudding & Cake merupakan salah satu UMKM yang berada di Dusun Jatiwekas Desa Kedawung Kabupaten Kediri yang menjual pudding dan cake, sebagai salah satu pelaku UMKM di sektor kuliner yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Berdasarkan hasil analisis situasi pada Oemah Pudding & Cake diketahui beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu minimnya pengetahuan dan keterampilan mitra terkait teknologi pemasaran, kemasan yang digunakan masih sederhana dan kurang menarik, minimnya variasi- variasi pudding dan cake yang diproduksi, serta sistem pemasaran produk yang masih secara konvensional, belum masuk ke ranah digital sehingga jangkauan pemasaran masih sangat minim.

Tujuan pelatihan dalam program pengabdian masyarakat, ekonomi kreatif adalah (1) Memberikan pemahaman untuk meningkatkan jiwa wirausaha sehingga terwujudnya kemandirian ekonomi kreatif melalui pengembangan produk inovatif. (2) Mewujudkan iklim ekonomi kreatif dengan memulai usaha bisnis dengan upaya membantu pendapatan keluarga, (3) Membantu mengembangkan berbagai sumber daya terbaru dalam strategi memasarkan produk dengan modal kecil namun penghasilan memuaskan dengan menggunakan online digital. (4) Membantu dalam pengembangan ekonomi kreatif Oemah Pudding & Cake dalam strategi penjualan produk berbasis online digital di era milineal. (5) Memberi dampak sosial yang kreatif dan inovasi sehingga tercipta keunggulan perekonomian UMKM yang kompetitif. (6) Membantu pendapatan ekonomi keluarga.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara langsung melalui serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan jiwa wirausaha dan kemandirian ekonomi kreatif melalui pengembangan produk inovatif, strategi pemasaran digital dan peningkatan pendapatan keluarga. Metode yang digunakan meliputi wawancara, community development, focus group discussion (FGD) dan pendampingan serta monitoring dan evaluasi. Berikut adalah uraian rinci dari masing-masing metode yang digunakan:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif. Dalam hal ini, objek wawancara adalah pengetahuan mitra mengenai strategi pengembangan UMKM, inovasi produk, serta pemasaran digital. Subjek survei dalam wawancara ini adalah Oemah Pudding & Cake, di mana informasi yang diperoleh akan digunakan untuk menyusun materi pelatihan yang relevan. Metode wawancara ini melibatkan penggalian data kualitatif secara mendalam, sehingga dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang kondisi awal mitra sebelum pelatihan dilakukan.

2. Community Development

Community Development merupakan pendekatan yang digunakan untuk memberdayakan mitra, dalam hal ini Oemah Pudding & Cake, baik sebagai subjek maupun objek pembangunan. Pelatihan yang diberikan difokuskan pada peningkatan kapasitas mitra dalam aspek inovasi produk, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan bisnis yang lebih efektif. Dalam kegiatan ini, mitra dilibatkan secara langsung dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan program, sehingga mereka memiliki peran aktif dalam pengembangan usaha mereka sendiri. Metode ini bertujuan untuk menciptakan kemandirian usaha dan mengurangi ketergantungan mitra pada pihak luar.

3. Focus Group Discussion

Focus Group Discussion (FGD) digunakan sebagai metode untuk

mengumpulkan data melalui interaksi antar peserta pelatihan. Diskusi kelompok ini melibatkan mitra dan fasilitator untuk membahas tantangan, peluang, dan solusi terkait pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif. FGD dilakukan dalam tiga tahap, yaitu:

- a. Tahap Koordinasi; tim pengabdian masyarakat dan mitra mendiskusikan tujuan, topik, dan agenda pelatihan. Pada tahap ini juga dilakukan identifikasi masalah utama yang dihadapi mitra.
 - b. Tahap Validasi Data dan Informasi; diskusi dilakukan untuk memvalidasi hasil survey dan wawancara sebelumnya, sekaligus mengkonfirmasi informasi terkait kebutuhan pelatihan. Pada tahap ini mitra berbagi pengalaman dan pengetahuan terkait pengelolaan UMKM, pemasaran digital serta inovasi produk.
 - c. Tahap Evaluasi dan Monitoring; hasil dari diskusi dan pelatihan yang telah dilaksanakan dievaluasi untuk mengidentifikasi perubahan dan peningkatan yang dialami mitra. Evaluasi ini juga mencakup rencana tindak lanjut yang dilakukan setelah program pelatihan selesai.
4. Pendampingan dan Latihan Bersama

Setelah sesi pelatihan dan FGD, kegiatan pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa mitra dapat mengimplementasikan hasil pelatihan secara efektif. Pendampingan ini mencakup latihan bersama yang fokus pada inovasi produk, teknik produksi, dan pemasaran digital. Tim pengabdian masyarakat akan memberikan bimbingan praktis dan solusi terhadap masalah yang dihadapi mitra selama proses penerapan di lapangan. Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memonitor kemajuan mitra dan memastikan keberlanjutan usaha mereka.

HASIL & PEMBAHASAN

Pada kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif pada Oemah Pudding & Cake, beberapa hasil dan temuan penting telah diperoleh melalui wawancara, community development, focus group discussion (FGD) dan pendampingan serta monitoring dan evaluasi. Hasil ini mencerminkan dampak pelatihan terhadap kemampuan mitra dalam meningkatkan keterampilan mereka dalam memproduksi produk berkualitas serta memasarkan produk dengan modal kecil namun menghasilkan penghasilan yang memuaskan. Dampak dari program ini juga terlihat dari meningkatnya pendapatan keluarga dan terwujudnya kemandirian ekonomi yang lebih kuat. Berikut adalah hasil dan pembahasannya:

1. Peningkatan Keterampilan Produksi dan Inovasi produk

Salah satu fokus utama dari pelatihan ini adalah peningkatan kemampuan mitra dalam menciptakan produk yang inovatif dan menarik bagi konsumen. Sebelum pelatihan, produk yang dihasilkan oleh Oemah Pudding & Cake masih terbatas pada beberapa varian yang umum ditemukan di pasaran. Setelah mengikuti pelatihan, mitra berhasil menciptakan variasi produk baru,

seperti pudding dengan aneka rasa dengan berbagai topping dan variasi model yang up to date, kue dengan hiasan yang lebih menarik, serta packaging yang lebih modern. Hasil inovasi produk ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam hal kreativitas dan daya tarik produk. Mitra tidak hanya fokus pada cita rasa, tetapi juga pada tampilan visual produk yang lebih menarik, sesuai dengan preferensi konsumen di era digital, di mana daya tarik visual melalui media sosial menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan produk di pasaran. Selain itu, mitra mampu mengoptimalkan penggunaan bahan baku lokal yang lebih terjangkau namun tetap menjaga kualitas. Dengan inovasi ini, mereka berhasil meningkatkan efisiensi produksi sekaligus memperluas pilihan produk bagi konsumen, sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis dari UMKM lain.

2. Penerapan Strategi Pemasaran Digital

Penerapan strategi pemasaran digital menjadi salah satu aspek penting yang ditekankan dalam kegiatan ini. Sebelum pelatihan, pemasaran yang dilakukan oleh Oemah Pudding & Cake masih sangat terbatas pada lingkup lokal, melalui promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di tempat produksi. Melalui pelatihan, mitra dibekali dengan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital seperti media sosial (Instagram dan Facebook), serta e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar.

Hasil dari pelatihan pemasaran digital ini sangat signifikan. Dalam beberapa bulan setelah pelatihan, mitra berhasil meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara online. Jumlah pengikut di media sosial meningkat, dan mitra mulai aktif memposting konten-konten menarik yang melibatkan produk baru mereka. Selain itu, penggunaan teknik pemasaran digital seperti konten kreatif, promosi diskon, dan testimoni pelanggan mampu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Oemah Pudding & Cake.

Pemasaran melalui platform e-commerce juga memperluas akses mitra ke pasar yang lebih luas di luar Kediri. Mitra melaporkan peningkatan pesanan dari berbagai daerah di Kabupaten Kediri. Strategi ini tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkenalkan produk Oemah Pudding & Cake ke konsumen yang lebih besar, yang sebelumnya tidak dapat dijangkau.

3. Dampak Ekonomi dan Peningkatan Pendapatan Keluarga

Salah satu indikator keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dampaknya terhadap peningkatan pendapatan mitra. Sebelum pelatihan, Oemah Pudding & Cake mengalami keterbatasan dalam hal penjualan dan sering kali menghadapi tantangan dalam menjaga kestabilan pendapatan. Namun, setelah pelatihan dan penerapan pemasaran digital, terjadi peningkatan pendapatan yang signifikan.

Mitra melaporkan bahwa dengan strategi pemasaran digital yang lebih efektif, pesanan produk meningkat secara konsisten setiap bulan. Hal ini tidak hanya berdampak positif terhadap pertumbuhan usaha, tetapi juga terhadap

peningkatan pendapatan keluarga. Penghasilan yang diperoleh dari usaha Oemah Pudding & Cake tidak lagi hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan harian, tetapi juga dapat digunakan untuk investasi dalam pengembangan usaha, seperti pembelian peralatan produksi tambahan dan bahan baku yang lebih berkualitas.

4. Pengembangan Kemandirian Ekonomi dan Kewirausahaan

Selain dampak langsung pada peningkatan pendapatan, pelatihan ini juga berperan dalam membangun kemandirian ekonomi dan jiwa kewirausahaan mitra. Sebelum pelatihan, mitra cenderung bergantung pada metode penjualan konvensional dan kurang memiliki strategi yang jelas dalam mengembangkan usahanya. Setelah melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, mitra menunjukkan peningkatan kemampuan dalam merencanakan strategi bisnis, mengelola keuangan, serta mengambil keputusan secara mandiri terkait pengembangan produk dan pemasaran.

Mitra kini lebih percaya diri dalam menjalankan usahanya secara mandiri, tanpa bergantung pada pihak luar untuk pemasaran atau pengembangan produk. Mereka juga mampu melakukan evaluasi mandiri terhadap strategi yang telah dijalankan dan beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar. Dengan kemampuan ini, diharapkan Oemah Pudding & Cake dapat terus berkembang menjadi UMKM yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.



Gambar 1. Contoh Produk Sebelum Pelatihan



Gambar 2. Contoh Produk Setelah Pelatihan

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil meningkatkan dan mengembangkan UMKM Oemah Pudding & Cake dalam aspek inovasi produk, pemasaran digital, dan kemandirian ekonomi. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam hal ini tidak hanya berdampak pada perkembangan usaha, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan keluarga. Dengan berkelanjutan dan pengembangan lebih lanjut, Oemah Pudding & Cake diharapkan dapat menjadi contoh sukses dalam pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif di Kabupaten Kediri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada civitas akademika, LP3M Universitas Kadiri dan seluruh pihak-pihak terkait atas dukungan dan kesempatan yang diberikan untuk menulis dan mempublikasikan hasil pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Darmawati, D. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Usaha Kuliner. Ta'awun Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(2), 194–203
- Fadhilaturrehmi, Ananda, R., & Yolanda, S. (2021). Evaluasi Program Kewirausahaan Di Sdk Penabur. Jurnal Basicedu, 5(3), 1683–1688.
- Howkins. S. N. (2017). "pengembangan Ekonomi kreatif Barbasis kearifan Lokal Pandanus Handicraf dalam Menghadapi pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta), ". Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama, 67.
- Mauidzoh, U. (2018). "Pengembangan Industri Kreatif di Pantai Asuhan Miftahunnajah Banguntapan Bantul Yogyakarta Berupa Pendampingan Pemasaran Produk Kreatif dari bahan Limbah Konveksi kain Perca,". Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Teknologi, KACANEGARA, 30.
- Rahmawati, S. (2018). Ekonomi Kreatif dan Kizen. Riset Ekonomi Manajemen, 1(2), 57–66. <https://doi.org/10.31002/rn.v1i2.713>
- Sari, R. T. P., & Rani, N. L. R. M. (2021). Efektivitas Penggunaan Digital Marketing untuk Promosi pada Masa Pandemi Covid-19 di Petoss Mbok Sarinten Wonosobo. Komunikasiana: Journal of Communication Studies, 3, 109. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v0i0.14180>
- Vinerean, S., & Opreana, A. (2019). Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands on Instagram. Expert Journal of Marketing, 7(2), 144–152