



PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT (PKM) KUE KERING PASTRI KACANG DI KABUPATEN BANYUWANGI

Oktavima Wisdaningrum¹⁾, Agus Riyanto²⁾, Herdiana Dyah Susanti³⁾

¹⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi
Email: oktavimawn@yahoo.com

²⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi
Email: agusriyanto@untag-banyuwangi.ac.id

³⁾ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi
Email: herdianadidin@untag-banyuwangi.ac.id

Abstrak

Salah satu usaha makanan khas Banyuwangi yang merasakan dampak positif dengan pertambahan jumlah wisatawan di Kabupaten Banyuwangi adalah CV. Berkah Jaya Profita yang didirikan oleh ibu etik mulai tahun 2014. Kue kering stik keju dan pastri kacang dibuat oleh CV. Berkah Jaya Profita mulai tahun 2017. Pastri kacang yang diproduksi oleh ibu etik bentuknya tidak seragam ada yang tipis, tebal, lebar tidak merata, dan seringkali lapis-lapis atau layer pada pastri tidak terbentuk karena dalam proses penipisannya masih menggunakan 100% proses manual. Adonan pastri ditipiskan dengan menggunakan tabung kayu dan ditekan secara manual dengan tenaga manusia sehingga menyebabkan ketebalannya tidak merata dan bahkan layer tidak terbentuk sehingga kue pastri kacang tidak dapat mengembang secara maksimal. Sehingga dibutuhkan mesin penipis adonan skala industri supaya produk yang dihasilkan seragam dan dengan kualitas yang bagus. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi CV. Berkah Jaya Profita tahapan yang dilakukan meliputi: pelatihan dan pembinaan, penguatan teknologi melalui inovasi teknologi tepat guna, monitoring dan evaluasi. Hasilnya pada produk CV. Berkah Jaya Profita mengalami peningkatan kualitas produk, pengurangan produk cacat, dan peningkatan kapasitas produksi

Kata kunci : Teknologi Tepat Guna, Kue Kering, Manajemen Kualitas, Pemasaran

Abstract

One of the typical Banyuwangi food businesses that feels a positive impact with the increase in the number of tourists in Banyuwangi Regency is CV. Berkah Jaya Profita which was established by mrs etik starting in 2014. Pastries, peanut cheese and pastry sticks made by CV. Berkah Jaya Profita began in 2017. The peanut pastry produced by mrs etik is not uniform, there are thin, thick, uneven widths, and often the layers or layers on the pastry are not formed because the thinning process still uses 100% manual processing. Pastry dough is thinned by using a wooden tube and pressed manually with human power, causing the thickness to be uneven and even the layer is not formed so that the pastry can not expand optimally. So that industrial dough thinning machines are needed so that the products produced are uniform and with good quality. To overcome the problems faced by CV. Berkah Jaya Profita stages include: training and coaching, strengthening technology through appropriate technology innovation, monitoring and evaluation. The results for CV Berkah Jaya Profita products. experienced an increase in product quality, reduction of defective products, and increased production capacity.

Keywords: *Apropriate Technology, Pastries, Quality Management, Marketing*

I. PENDAHULUAN

Festival yang diselenggarakan di Kabupaten Banyuwangi selalu melibatkan Dinas Koperasi dan Usaha Menengah, dimana dalam festival tersebut pemerintah mensupport tenda supaya UMKM dapat mempromosikan produk yang dihasilkan. Melalui promosi tersebut, produk UMKM dikenal baik dalam tingkat lokal maupun internasional. Penambahan jumlah wisatawan juga berdampak positif pada jumlah penjualan produk UMKM. Sejumlah toko oleh-oleh khas Banyuwangi banyak menjadi tujuan wisatawan dan banyak UMKM yang menitipkan produknya pada pusat oleh-oleh maupun secara online di www.banyuwangi-mall.com.

Salah satu usaha makanan khas Banyuwangi yang merasakan dampak positif dengan pertambahan jumlah wisatawan di Kabupaten Banyuwangi adalah CV. Berkah Jaya Profita yang didirikan oleh ibu etik mulai tahun 2014. Pada awalnya bu etik memproduksi pie susu dan klemben krispi, namun karena penjualannya yang kurang bagus bu etik membuat diversifikasi produk kue kering yang dihasilkan dengan membuat kue kering stik keju dan pastri kacang. Kue kering stik keju dan pastri kacang dibuat oleh CV. Berkah Jaya Profita mulai tahun 2017. Pada awalnya permintaan stik keju dan pastri kacang hanya berdasarkan pesanan konsumen dan dalam sehari hanya ada permintaan 30 kotak untuk masing-masing stik keju dan pastri kacang. Karena produk yang dihasilkan dapat menarik konsumen maka saat ini dalam sehari permintaan pastri kacang yang dihasilkan bisa mencapai 230 kotak perhari. Kue pastri kacang merupakan produk yang paling diminati konsumen terutama pada pusat oleh-oleh yang ada di Kabupaten Banyuwangi, Jember, Malang dan Surabaya. Adapun produk pastri dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Produk pastri kacang yang diproduksi CV. Berkah Jaya Profita

Pastri kacang yang diproduksi oleh ibu etik bentuknya tidak seragam ada yang tipis, tebal, lebar tidak merata, dan seringkali lapis-lapis atau layer pada pastri tidak terbentuk karena dalam proses penipisannya masih menggunakan 100% proses manual. Adonan pastri ditipiskan dengan menggunakan tabung kayu dan ditekan secara manual dengan tenaga manusia sehingga menyebabkan ketebalannya tidak merata dan bahkan layer tidak terbentuk sehingga kue pastri kacang tidak dapat mengembang secara maksimal (gambar 2). Sehingga dibutuhkan mesin penipis adonan skala industri supaya produk yang dihasilkan seragam dan dengan kualitas yang bagus. Produk pastri dengan ketebalan tidak merata dapat dilihat pada gambar 3 dan layer yang tidak terbentuk pada gambar 4.



Gambar 2. Proses Penipisan Adonan Pastri



Gambar 3. Produk Pastri Kacang dengan Ketebalan yang Tidak Merata



Gambar 4. Produk Pastrri Kacang dengan lapis atau layer yang tidak terbentuk

Proses produksi yang masih 100% manual menyebabkan harga pokok produksi kue pastrri kacang juga tinggi sehingga keuntungan yang diperoleh juga sedikit karena kalau dijual dengan harga yang terlalu mahal akan kalah dengan pesaing. Untuk menipiskan adonan dalam sehari CV. Berkah Jaya Profita menggunakan 8 orang karyawan. Pastrri kacang yang diproduksi CV. Berkah Jaya Profita dijual di pusat oleh-oleh dengan harga Rp. 20.000,- yang hanya dikemas dengan kemasan plastik yang diberi stiker label. Sedangkan pesaingnya menjual pastrri almond dengan harga yang sama dengan kemasan yang lebih menarik (dapat dilihat pada gambar 5). Oleh karena itu diperlukan mesin penipis adonan skala industri supaya dapat meburangi harga pokok produksi pastrri kacang, penyusunan strategi branding untuk meningkatkan minat konsumen. Persepsi konsumen terhadap merek dari sebuah produk berkaitan dengan pemikiran konsumen yang tercipta setelah menerima manfaat dari produk dan tersimpan dalam memori konsumen (Rangkuti, 2008). Merek yang kuat dapat menciptakan asosiasi yang baik dibenak konsumen dan dapat memunculkan brand image di benak konsumen (Kotler, 2002). Soim, dkk (2016) menyatakan bahwa Brand image akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.



Gambar 5. Produk pesaing pastrri kacang

Pengetahuan tentang pemasaran online CV. Berkah Jaya Profita juga masih kurang, pastrri kacang hanya dipasarkan melalui intagram pribadi. Di era ekonomi digital sekarang diperlukan pengetahuan tentang digital marketing untuk meningkatkan jumlah penjualan produk pastrri kacang melalui akun media sosial maupun melalui market place yang ada di internet. Oleh karena itu diperlukan pelatihan digital marketing dan pendampingan pemasaran melalui sosial media maupun marketplace untuk produk pastrri kacang.

Oleh karena itu, perlu adanya inovasi teknologi sesuai kebutuhan CV. Berkah Jaya Profita untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi berupa Mesin penipis adonan pastrri skala industri, pelatihan manajemen pemasaran, branding dan digital marketing, sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan produktivitas produksi, mengurangi produk cacat yang dihasilkan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Diharapkan dengan Mesin penipis adonan pastrri skala industri dapat meningkatkan produktivitas kerja serta menambah keuntungan bagi pengelola usaha yang 100 % tenaga kerjanya adalah ibu-ibu rumah tangga di sekitar lokasi UMKM sehingga hasilnya bisa dinikmati untuk kesejahteraan masyarakat pada umumnya

II. KAJIAN LITERATUR

Pengendalian Kualitas

Stabilitas proses dapat dimonitor dengan menggunakan alat pengendalian



kualitas yang dapat juga digunakan untuk meningkatkan kemampuan proses (Montgomery, 2009). Mean dan variabilitas proses diukur dengan menggunakan peta kendali variabel, seperti dimensi, berat, dan volume. Untuk mengendalikan rata-rata proses yang terdiri dari dua atau lebih karakteristik yang berhubungan menggunakan peta kendali T²Hotelling.

Pemasaran

Perkembangan teknologi tidak dapat dilihat dari perkembangan produknya saja, tetapi harus dilihat juga dari aspek-aspek lain. Salah satunya adalah aspek pemasaran, (Kotler dan Armstrong, 2004). Definisi pemasaran menurut Kotler (2004) bersandar pada konsep-konsep inti, yaitu kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk (barang, jasa, gagasan); nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran, transaksi, hubungan, dan jaringan; pasar dan pemasaran serta pemasar.

Strategi Pemasaran

Penyusunan strategi pemasaran menggunakan STPD (*Segmentation, Targetting, Positioning, Differentiation*) akan dihindari perusahaan berdasarkan kelompok konsumen yang homogen. (Kotler, 2004)

1. *Segmentation*

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar berdasarkan kebutuhan, karakter, dan tingkah laku yang membutuhkan produk.

2. *Targetting*

Target pemasaran menurut Kotler (2004) adalah tindakan penilaian, pemilihan, dan pemusatan pada segmen-segmen pasar yang paling baik yang dapat dilayani oleh perusahaan.

3. *Positioning*

Positioning ini dilakukan dengan tujuan untuk membedakan persepsi perusahaan dari pesaing. *Positioning* menurut Kotler (2004) banyak mementingkan unsur komunikasi. *Positioning* dalam produk barang mengkomunikasikan atribut dari barang tersebut. Istilah *positioning* mengacu

pada upaya penempatan atau menggerakkan suatu produk ke suatu tingkatan yang diinginkan dan sesuai dengan perhatian konsumen.

4. *Differentiation*

Diferensiasi adalah tindakan merancang suatu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing.

III. METODE PENELITIAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi CV. Berkah Jaya Profita di Banyuwangi, tahapan yang akan dilakukan meliputi:

Pelatihan dan Pembinaan

a. Penyuluhan (Sosialisasi) dan Diskusi Sosialisasi dilaksanakan dengan mengumpulkan pemilik CV. Berkah Jaya Profita beserta karyawannya. Sebelum penyuluhan dilaksanakan terlebih dahulu diseminasi Teknologi Tepat Guna, penerapan teknologi produksi makanan olahan yang berdaya saing melalui peningkatan kualitas, pengembangan strategi pemasaran dan branding. Materi pelatihan secara lengkap terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Materi Pelatihan dan Pembinaan CV. Berkah Jaya Profita

No	Materi	Sub-Materi
1.	Diseminasi Teknologi Tepat Guna	Dampak strategis penerapan TTG bagi CV. Berkah Jaya Profita sehingga bisa memberikan nilai tambah peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat khususnya wanita Standarisasi Cara Produksi Yang Baik meliputi : lingkungan produksi, bangunan dan fasilitas, peralatan produksi, sanitasi dan hygiene, pengendalian proses, label pangan, penyimpanan, pengawasan mutu, pencatatan dokumen serta pengembangan staf/pelatihan karyawan CV. Berkah Jaya Profita
2.	Pengendalian kualitas produksi dengan menggunakan seven tools	Perbaikan metode kerja untuk mengurangi produk cacat Pengimplementasian peta kontrol proses pada <i>home Industry</i> Manajemen kontrol untuk proses produksi agar mengurangi cacat produk dengan menggunakan seven tools
3.	Manajemen pemasaran dan branding	Strategi pemasaran dengan marketing mix Strategi branding



		Strategi pendistribusian produk yang komersial (memperluas jaringan dengan pengelola hotel, toko oleh-oleh dan jaringan usaha se-Kabupaten Banyuwangi)
4.	<i>e-Commerce</i>	Cara berjualan online Memahami marketplace Cara mengelola content produk secara online

b. Demonstrasi dan Praktek

Kegiatan demonstrasi dan praktek dilakukan di CV. Berkah Jaya Profita. Demonstrasi dan praktek dengan materi untuk perbaikan proses produksi makanan dengan menggunakan Mesin penipis adonan pastri skala industri untuk CV. Berkah Jaya Profita sehingga produk yang dihasilkan lebih berkualitas dan kompetitif tanpa tergantung pada tenaga kerja. Simulasi tentang pengendalian kualitas produksi dengan menggunakan seven tools. Setelah demonstrasi, peserta akan didampingi dan dibina secara intensif oleh Tim pelaksana kegiatan yang berkoordinasi dengan Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi.

c. Konsultasi dan Pendampingan / Pembinaan

Kegiatan ini dilakukan secara periodik untuk membina dan mendampingi CV. Berkah Jaya Profita sampai berhasil memproduksi dan memanfaatkan inovasi Teknologi Tepat Guna dalam menghasilkan makanan olahan yang berdaya saing, dapat memasarkan produk secara online sampai mengelola social media untuk penjualan online serta masyarakat bisa berkonsultasi tentang pelaksanaan program sampai bisa mencapai hasil yang maksimal. Konsultasi bisa dilakukan melalui diskusi, telpon atau email dengan harapan *outcome* bisa maksimal.

Penguatan Teknologi melalui Inovasi Teknologi Tepat Guna

Penguatan Teknologi melalui Inovasi Teknologi Tepat Guna melalui fasilitasi **mesin penipis adonan pastri skala industri** pada CV. Berkah Jaya Profita. Tujuannya untuk memperbaiki kinerja

produktivitas proses produksi UMKM tanpa produk yang cacat dan memotivasi untuk bisa menghasilkan produk yang berdaya saing serta meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi secara optimal sehingga bisa meningkatkan kontribusi keuntungan CV. Berkah Jaya Profita. Metode yang ditawarkan dalam menangani permasalahan ini meliputi sumbangan peralatan mekanis untuk proses produksi berupa **mesin penipis adonan pastri skala industri**, pembinaan dan peningkatan UMKM makanan khas Banyuwangi (melalui demonstrasi dan pelatihan serta diskusi kelompok untuk memperbaiki *performace* kualitas makanan olahan yang dihasilkan. Selain itu, didukung dengan kegiatan sosialisasi tentang perlunya manajemen pengelolaan produksi yang baik demi keberlangsungan industri melalui pendidikan, pelatihan dan pembinaan processing serta manajemen usaha

Monitoring dan Evaluasi (MonEv) Kegiatan

a. MonEv Sebelum Pelaksanaan Kegiatan Indikator yang digunakan meliputi kesanggupan, antusiasme dan kemampuan khalayak sasaran (CV. Berkah Jaya Profita) mengikuti kegiatan yang akan dilakukan, tingkat kerjasama dengan aparatur desa dan lapisan masyarakat terkait dalam pelaksanaan pembinaan sekaligus penerapan teknologi produksi makanan olahan, penguatan daya saing produk dengan strategi pemasaran *marketing mix* dan manajemen pengelolaan usaha yang komersial berkelanjutan.

b. MonEv Selama Kegiatan Berlangsung Indikator yang digunakan meliputi pemahaman khalayak sasaran terhadap materi kegiatan, kemauan dan motivasi untuk mengimplementasikan dalam usaha produktif serta *sustainability*-nya aparatur desa terkait untuk melanjutkan dan membina khalayak sasaran agar mencapai hasil yang maksimal.

c. MonEv Setelah Kegiatan Selesai

Indikator yang digunakan meliputi minat dan kemampuannya untuk bisa melanjutkan hasil inovasi Teknologi Tepat Guna, pelatihan dan pembinaan pemasaran dan pengembangan usaha yang berdaya saing serta menindaklanjuti agar bisa dimanfaatkan sebagai diversifikasi produk olahan sebagai produk khas sekaligus oleh-oleh di wisata Kabupaten Banyuwangi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN Demonstrasi dan Praktek

Untuk mengatasi permasalahan dalam produksi pastri kacang di CV. Berkah Jaya Profita, maka melalui Program kemitraan masyarakat difasilitasi mesin penipis adonan kue kering pastri kacang. Sebelum menggunakan mesin penipis adonan pastri satu orang karyawan hanya mampu menipiskan 8 kg adonan pastri kacang, sehingga dengan 3 orang karyawan yang bertugas untuk menipiskan adonan dalam sehari hanya bisa memproduksi 24 kg kue kering pastri. Setelah menggunakan mesin penipis adonan pastri, kapasitas produksi bisa meningkat 3 kali lipat menjadi 76 kg dan karyawan yang sebelumnya bertugas menipiskan adonan beralih tugas untuk mengoven kue kering pastri. adapun dokumentasi fasilitasi mesin dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Diseminasi dan Fasilitasi Mesin Penipis Adonan Pastri

Pelatihan dan Pembinaan

Selain melalui fasilitasi mesin penipis adonan pastri, untuk meningkatkan kualitas, produktivitas, dan peningkatan penjualan kue kering pastri dilakukan pelatihan-pelatihan yaitu:

1. Pelatihan Pengendalian kualitas produksi

Pada pelatihan pengendalian kualitas produksi, CV. Berkah Jaya Profita

diajarkan bagaimana mengendalikan proses produksi untuk mengurangi produk cacat. Montgomery (2009) menjelaskan dua jenis cacat yaitu cacat variabel dan atribut. Jenis cacat variabel merupakan jenis cacat yang dapat dilakukan pengukuran, sedangkan cacat atribut merupakan jenis cacat yang tidak dapat diukur.

Pada produk kue kering pastri, jenis cacatnya merupakan jenis cacat atribut yang tidak bisa diukur yaitu ketebalan yang tidak merata, gosong, dan hancur. Pada pelatihan ini CV. Berkah Jaya Profita diajarkan bagaimana mengontrol cacat selama proses produksi dengan menghitung jumlah cacat berdasarkan jenis cacatnya pada setiap produksi. Hasil perhitungan direkapitulasi dan disesuaikan dengan batas spesifikasi yang telah ditetapkan. Apabila jumlah cacat berada diluar batas spesifikasi, maka dapat dideteksi bahwa ada permasalahan selama proses produksi. Dengan demikian CV. Berkah Jaya Profita dapat mengontrol kualitas produk pastri yang dihasilkan.

Pelatihan pengendalian kualitas produksi dilaksanakan pada tanggal 8 Juli 2019. adapun dokumentasi dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Pelatihan Pengendalian Kualitas Produksi
2. Pelatihan Manajemen pemasaran

Strategi pemasaran CV. Berkah Jaya Profita selama ini hanya melalui pameran-pameran yang difasilitasi Pemerintah daerah Banyuwangi. Untuk produk pastri kacang yang dihasilkan CV. Berkah Jaya Profita belum mengetahui segmentasi pasar dan positioningnya bagaimana di masyarakat.

Segmentasi pasar dan Positioning produk pastri kacang digali melalui

diskusi yang dilakukan dalam pelatihan manajemen pemasaran. Dalam pelatihan tersebut, bersama CV. Berkah Jaya Profita disusun kuesioner untuk disebar kepada konsumen untuk menentukan segmentasi dan positioning produk pastru kacang. Diharapkan dari hasil penyebaran kuesioner disusun strategi pemasaran untuk produk pastru kacang.

Pelatihan manajemen pemasaran dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2019. adapun dokumentasi dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Pelatihan manajemen pemasaran

3. Pelatihan Branding

Untuk memperkuat posisi CV. Berkah Jaya Profita khususnya produk pastru kacang, maka dilakukan pelatihan Branding. Branding diperlukan supaya produk pastru kacang memiliki keunikan dibanding produk yang lain, sehingga konsumen lebih dapat membedakan dengan mudah tanpa membaca tulisan yang ada dalam kemasan.

Dalam pelatihan branding ini, pemilik dan karyawan CV. Berkah Jaya profita diajak berdiskusi untuk mendefinisikan keunikan produk pastru kacang yang berbeda dengan produk lainnya. Berdasarkan hasil diskusi, keunikan produk pastru terdapat pada layer-layer yang dihasilkan setelah pastru dioven karena tidak semua orang mengetahui proses dan teknik pengolahan adonan supaya layer pastru terbentuk. Apabila proses dan teknik dalam pengolahan adonan pastru salah, layer tidak terbentuk dan pastru akan hancur setelah proses pengovenan.

Dengan menetapkan keunikan produk pastru kacang, maka keunikan ini yang

nantinya digunakan dalam setiap media promosi untuk memasarkan produk pastru kacang.

Pelatihan branding dilaksanakan pada 22 Juli 2019. adapun dokumentasi dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9. Pelatihan Branding

4. Pelatihan digital marketing

Untuk meningkatkan daya saing terutama di era digital, maka dilakukan pelatihan digital marketing yang dilaksanakan pada 27 Juli 2019. Adapun dokumentasi dapat dilihat pada gambar 10. Dalam pelatihan digital marketing ini, pemilik dan karyawan CV. Berkah Jaya Profita diajarkan bagaimana membuat dan mengelola media sosial sebagai media promosi.



Gambar 10. Pelatihan Digital Marketing

Setelah dilakukan pendampingan untuk mengontrol hasil pelatihan, dilakukan pendampingan-pendampingan diantaranya:

1. Pendampingan Pengendalian Kualitas produksi

Dalam pendampingan pengendalian kualitas produksi, hasil *quality control* yang dilakukan oleh CV. Berkah Jaya Profita dicek apakah sudah sesuai atau belum. Apabila terdapat ketidaksesuaian, maka dibimbing untuk memperbaiki proses *quality control* yang sudah

dilaksanakan. Pendampingan pengendalian kualitas produksi yang dilaksanakan pada 29 Juli 2019. Adapun dokumentasi dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 10. Pendampingan Pengendalian Kualitas produksi

2. Pendampingan manajemen pemasaran Pendampingan manajemen pemasaran dilaksanakan untuk menganalisis hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh CV. Berkah Jaya Profita dan menyusun strategi pemasaran produk pastrri kacang. Pendampingan pengendalian kualitas produksi yang dilaksanakan pada 5 Agustus 2019. Adapun dokumentasi dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Pendampingan manajemen pemasaran

3. Pendampingan Branding Pendampingan branding dilakukan untuk menjaga konsistensi brand dbeja yang merupakan induk dari produk pastrri kacang. Pendampingan pengendalian kualitas produksi yang dilaksanakan pada 12 Agustus 2019. Adapun dokumentasi dapat dilihat pada gambar 12.



Gambar 12. Pendampingan Branding

Potensi Ekonomi Produk

Melalui kegiatan PKM pada CV. Berkah Jaya Profita dengan produk Pastrri Kacang dapat dilihat peningkatan pada kedua UMKM tersebut diantaranya adalah:

1. Peningkatan pemahaman dan keterampilan CV. Berkah Jaya Profita mulai dari pengidentifikasian produk cacat, membuat peta kontrol, sampai membuat *fishbone* diagram untuk mencari akar permasalahan yang menyebabkan kecacatan pada produk.
2. Peningkatan kualitas hasil pastrri kacang yang dihasilkan oleh CV. Berkah Jaya Profita. Dengan proses penipisan dengan mesin penipis pastrri hasil yang diperoleh sama ketebalannya, produktivitas meningkat menjadi 3 kali (76 kg), dan peningkatan kualitas produksi.
3. Pengurangan jumlah produk cacat 2-3% dari total produksi yang sebelumnya bisa mencapai 15-20% dari total produksi.

Nilai Tambah dari Sisi IPTEK

Melalui kegiatan PKM Kue Kering pastrri kacang di Kabupaten Banyuwangi, terdapat nilai tambah dari sisi IPTEK diantaranya adalah:

1. Failitasi mesin penipis adonan pastrri. Dengan teknologi tepat guna tersebut dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh CV. Berkah Jaya Profita.
2. Dengan peningkatan kualitas produk dan kapasitas produksi, maka dapat menmabah saya saing UMKM dalam memasarkan produknya dan



mengembangkan pangsa pasar produknya.

UMKM dapat memasarkan produknya melalui media sosial dan market place buka lapak dan banyuwangi mall.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kegiatan PKM ini adalah:

1. Terdapat peningkatan kualitas produk yang dihasilkan pada CV. Berkah Jaya Profita, jumlah cacat yang dihasilkan dapat berkurang hingga 2%
2. Terdapat peningkatan kapasitas produk yang dihasilkan sebesar 76 kg per hari
3. Pengetahuan dan wawasan pengusaha UMKM meningkat dengan adanya pelatihan pengendalian kualitas produksi dan manajemen pengelolaan usaha sehingga dapat memberi nilai tambah pada UMKM untuk terus berinovasi

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapkan terima kasih kepada beberapa pihak antara lain:

- a. Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat tahun 2019.
- b. Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi yang telah bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan ini.
- c. Mitra pengabdian yang telah berperan aktif dalam kegiatan pengabdian ini sehingga kegiatan yang direncanakan dapat dilaksanakan dengan baik.

Beberapa pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu-persatu yang telah berkontribusi dalam kegiatan ini.

REFERENSI

Hermawan, Budi. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan 4 (2) : 9-17

Kotler, Philip. 2004. Marketing Management, Terjemahan Benjamin Molan, Edisi Milineum, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Montgomery, D.C. (2009). Pengantar Pengendalian Kualitas Statistik. Gajah Mada. Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2004. The Power of Brand, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Soim, A. Suharyono. Abdillah Y. 2016. Pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis 35 (1):146-153.

Susanti, H.D. 2015. Pengendalian Kualitas Produk Kerupuk Bawang Untuk Mengurangi Jumlah Produk Cacat Di UD. Kalirejo Kabupaten Banyuwangi. Proceedings SENATEK : A-544-548