

**PKM Pendampingan Penguatan Usaha KUBE 'Merah'  
Di Desa Paya Bujok Seuleumak Kota Langsa**

**Community Service through Mentoring and Strengthening of the 'Merah' KUBE  
Business in Paya Bujok Seuleumak Village, Langsa City**

**Fairus<sup>1</sup>, Riezky Purnama Sari<sup>2</sup>, Muhammad Fuad<sup>3</sup>, Amelia<sup>4</sup>,  
Ulya Nabilla<sup>5</sup>, Fitra Muliani<sup>6</sup>, Nurviana<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Samudra

e-mail: <sup>1</sup>fairuz@unsam.ac.id, <sup>2</sup>riezkyburnamasari@unsam.ac.id,

<sup>3</sup>muhammadfuad@unsam.ac.id, <sup>4</sup>amelia@unsam.ac.id, <sup>5</sup>ulya.nabilla@gmail.com,

<sup>6</sup>fitramuliani@gmail.com, <sup>7</sup>nurviana@unsam.ac.id

**Abstrak:** KUBE 'Merah' merupakan kelompok usaha bersama yang berdiri pada tahun 2018, adapun spesifikasi usaha kelompok adalah usaha kue khas aceh. Kue tersebut sampai saat ini masih banyak diminati warga aceh meski produksi kue ini sudah terbilang langka dikarenakan proses pembuatannya membutuhkan keterampilan khusus. Meskipun demikian KUBE 'Merah' masih tetap konsisten untuk terus menjalankan usaha ini meski omset atau pemasukan belum sesuai harapan, hal ini mendorong para anggotanya mulai memfokuskan perhatian untuk meningkatkan produksi dan memperluas pasar. Tujuan dari kegiatan Pengabdian ini adalah melakukan pendampingan demi penguatan usaha milik mitra. KUBE 'Merah' yang menjadi Mitra binaan dari kegiatan PkM ini berlokasi di desa Paya Bujok Seuleumak Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa. Metode yang digunakan adalah Ceramah, Diskusi dan tanya jawab, demonstrasi dan praktik langsung. Hasil dari kegiatan pengabdian ini meliputi mitra mendapatkan pengetahuan dan pendampingan PkM untuk meningkatkan kualitas produk usahanya. Selanjutnya, sebanyak 100% Mitra sangat setuju jika Tim PkM yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan mereka.

**Kata Kunci:** Pendampingan; Produksi; Pemasaran; KUBE Merah

***Abstract:** KUBE 'Merah' is a joint business group that was founded in 2018, the group business specifications are a typical Acehnese cake business. Until now, this cake is still in great demand by the people of Aceh, even though the production of this cake is considered rare because the manufacturing process requires special skills. However, KUBE 'Merah' is still consistent in continuing to run this business even though the turnover or income has not met expectations, this has encouraged its members to start focusing on increasing production and expanding the market. The aim of this service activity is to provide assistance to strengthen partners' businesses. KUBE 'Merah', which is the fostered partner of this PkM activity, is located in Paya Bujok Seuleumak village, Langsa Baro District, Langsa City. The results of this service activity include partners gaining knowledge and PkM assistance to improve the quality of their business products. Furthermore, 100% of Partners strongly agree that the PkM Team involved in community service activities provides services according to their needs.*

**Keywords:** Accompaniment; Production; Marketing; KUBE Merah

## A. Pendahuluan

KUBE “Merah” adalah kelompok usaha ekonomi produktif yang berfokus pada produksi dan pemasaran jenis-jenis kue khas Aceh. Kelompok ini berlokasi di Desa Paya Bujok Seuleumak yang merupakan salah satu desa di Kota Langsa dengan misi sebagai Desa Perdagangan dan Jasa. KUBE “Merah” didirikan pada bulan Oktober tahun 2018, dan seluruh anggotanya adalah para ibu rumah tangga (Gambar 1.1). Dengan demikian, usaha kelompok ini diharapkan menjadi sumber tambahan pendapatan keluarga selain penghasilan dari suami mereka.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Ketua kelompok yaitu Ibu Sunarti, Kelompok ekonomi ini beranggotakan 11 orang wanita berstatus ibu rumah tangga.



Gambar 1. Produk Usaha



Gambar 2. Produk keukarah

Kesehariannya para anggota memiliki usaha yang beragam, seperti menjual sayur lauk-pauk, kue basah, mencuci pakaian dari rumah ke rumah, usaha pulsa listrik dan lain-lain, yang semua itu mereka lakukan untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membantu perekonomian keluarga. Pada bulan oktober tahun 2018 muncul ide untuk memunculkan kelompok usaha bersama (KUBE) ‘Merah’ sebagai bentuk pelestarian makanan khas aceh yang dinilai sudah langka tapi masih banyak peminatnya. Diversifikasi usaha yaitu usaha kue khas aceh seperti keukarah, bhoi, asam kana, dan sepit yang selalu diminati oleh masyarakat aceh sebagai pendamping minuman kopi aceh.

Hasil penjualan produk kue aceh yang merupakan produk usaha bersama mereka relatif stabil dan mampu menutupi penurunan omset usaha pribadi mereka walau tidak sepenuhnya. Prospek yang menguntungkan dari kue aceh ini mendorong para anggota KUBE ‘Merah’ mulai bergiat memfokuskan perhatian untuk meningkatkan produksi dan memperluas pasar dari produk tersebut. Dalam merealisasikan upaya tersebut, mitra

menghadapi kendala. Tim Pengabdian/ PkM mengidentifikasi dua permasalahan prioritas, meliputi permasalahan pertama adalah berkenaan dengan proses produksi, yaitu tempat dan fasilitas produksi yang dinilai kurang higienis dan kemasan untuk membungkus kue aceh dinilai tidak menarik dan kurang aman yang bisa mengakibatkan kue tidak rapuh lagi dan dapat merubah bau kue menjadi tengik.

Kondisi ini perlu memperoleh solusi agar adanya perbaikan fasilitas produksi menjadi lebih higienis sehingga kualitas produk yang dihasilkan bisa meningkat (Hoe & Mansori, 2018; Jannah et al., 2019; Kumar, 2011), dan perbaikan kemasan serta pemasaran yang lebih baik agar penjualan kue aceh usaha KUBE ‘Merah’ dapat meningkat. Lebih jauh, diharapkan produk kue aceh milik KUBE ‘Merah’ ini bisa segera memperoleh pengakuan standarisasi dari Dinas Kesehatan Kota Langsa serta dibantu memperoleh nomor P-IRT dari BP-POM selain hal tersebut harus dilakukan (Hilman Imtiyaz et al., 2016), juga untuk mendukung penciptaan kepercayaan masyarakat atas aspek kelayakan produk untuk dikonsumsi sekaligus menjadi penunjang daya saing produk itu di pasar.

Sejumlah hasil penelitian sebelumnya menekankan bahwa adanya logo/merek dan desain kemasan dapat memperkuat daya saing suatu produk untuk berkompetisi dalam pasar sarannya (Elango & Thansupatpu, 2020; Khan, K., & Panwar, 2019; Luffarelli et al., 2019; Mukdin & Heryanti, 2020; Undang-Undang, 2016). Oleh karena itu, untuk dapat bersaing terutama dengan produk-produk sejenis, produk Mitra harus memiliki logo/merek dan desain kemasan yang menjadi identitas uniknya.



Gambar 3. Permasalahan Logo>Nama Merek dan Kemasan Produk

## B. Metode

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan PKM ini menggunakan metode *Rapid Rural Appraisal* dan *Participatory Rural Appraisal* (Mardiana et al., 2020) dimana metode ini melibatkan masyarakat secara langsung dalam pengumpulan informasi, analisis kegiatan, peningkatan hasil, dan pengembangan intervensi. Kedua metode ini adalah pendekatan yang filosofinya dikenal untuk memahami desa secara cepat dan sering diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan atau program pemberdayaan masyarakat (Hamid, 2018).

Adapun teknik yang digunakan dalam pengabdian ini antara lain ceramah, diskusi interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung. Metode ceramah dipakai untuk menyampaikan materi bimbingan dan memberikan dorongan semangat kepada masyarakat dalam meningkatkan omset usaha. Metode diskusi digunakan dalam setiap tahapan agar mitra mudah memahami materi pendampingan secara praktis maupun teoritis. Metode demonstrasi digunakan untuk memberikan contoh langsung saat pelatihan.

Rencana kegiatan yang diusulkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi Mitra PKM dijabarkan sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Tahapan ini mencakup identifikasi masalah melalui observasi atau survey lapangan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi mitra selama ini. Dilanjutkan dengan analisis kebutuhan untuk menyelesaikan masalah kelompok, dan penyusunan program melalui Focus Group Discussion (FGD) dalam menyusun waktu kegiatan program agar seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan kegiatan.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahapan ini meliputi beberapa langkah yaitu 1) pendampingan dalam tata kelola produksi yang bertujuan untuk membantu mitra melakukan perbaikan pada tata kelola proses produksi yang dijalankan, karena selama ini mitra tidak pernah melaksanakan penjadwalan proses produksi yang berdampak pada lemahnya kemampuan untuk memenuhi tenggat waktu pesanan, dan kondisi ini bisa menimbulkan rasa ketidakpuasan dalam diri konsumen sehingga berpindah ke produk pesaing, 2) pendampingan dalam pembuatan logo/merek, dan desain kemasan dengan tujuan agar produk kue khas Aceh milik Mitra memiliki logo atau merek serta desain kemasan yang menarik dan informatif sehingga mudah dikenali oleh masyarakat. Dengan demikian, diekspektasikan terjadi peningkatan produktivitas usaha maupun omzet penjualan dan laba atau keuntungan usaha.

c. Tahap Evaluasi Kegiatan

Tahapan ini bertujuan mengevaluasi tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan yang diusulkan, mencakup evaluasi pada kegiatan inti dan di luar kegiatan inti.

### C. Hasil dan Pembahasan

Pendampingan Penguatan Usaha KUBE 'Merah' di Desa Paya Bujok Seuleumak, Kota Langsa, dilaksanakan dari Juli hingga Agustus 2023. Selama pendampingan, tim PKM memberikan sosialisasi kepada mitra, memberikan pemahaman dan pendampingan tentang pentingnya menjaga kebersihan dan higienitas tempat produksi dalam pembuatan Keukarah. Diharapkan, hal ini akan menghasilkan Keukarah yang lebih tahan lama dan bebas dari bau tengik, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Selain itu untuk meningkatkan keterampilan dalam memproduksi kue khas Aceh dengan proses produksi yang higienis. Kemudian tim PKM bersama Mitra melakukan

(Fairus, Riezky Purnama Sari, Muhammad Fuad, Amelia, Ulya Nabilla, Fitra Muliani, Nurviana)

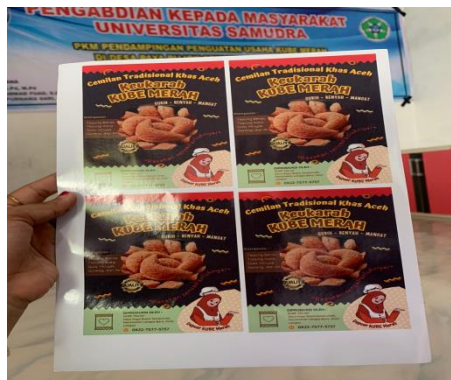
---

diskusi-diskusi terkait logo atau label kemasan untuk produk keukarah, diskusi dilakukan secara tatap muka maupun melalui online antara lain telepon atau *whatsapp*.



Gambar 4. Kegiatan pendampingan

Melalui serangkaian kegiatan yang dilaksanakan, mitra (Peserta PKM) menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari tidak adanya peserta yang meninggalkan tempat pelatihan sebelum acara selesai serta semangat mereka dalam sesi tanya jawab..



Gambar 5. Pendampingan pembuatan logo Produk

Selama kegiatan berlangsung, tim tidak mengalami kendala berarti karena para peserta sudah sangat terampil dalam membuat kue Keukarah dan antusias mengemasnya dalam plastik yang telah disediakan. Setelah kegiatan PKM selesai, mitra diberikan waktu untuk mengisi kuesioner guna menilai manfaat kegiatan yang telah dilakukan dan tingkat kepuasan mereka terhadap program PKM.

(Fairus, Riezky Purnama Sari, Muhammad Fuad, Amelia, Ulya Nabilla, Fitra Muliani, Nurviana)



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan

Hasil dari kegiatan PKM menunjukkan bahwa 100% mitra sangat setuju bahwa tim PKM yang terlibat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, 100% mitra juga menyatakan bahwa kegiatan PKM ini sangat membantu dalam meningkatkan pemahaman dan pendampingan mengenai pentingnya menjaga kebersihan dan higienitas tempat produksi dalam pembuatan Keukarah

#### D. Simpulan

Kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut: 1) Kegiatan berjalan dengan lancar baik; 2) Mitra mendapatkan pengetahuan dan pendampingan PkM untuk meningkatkan kualitas produk usahanya; dan 3) Adanya motivasi tersendiri bagi mitra untuk dapat menekuni pengembangan usaha.

#### Daftar Rujukan

- Elango, D., & Thansupatpu, V. (2020). The Factors Affecting Local Brand Perfume Packaging on Consumers Purchase Decision in Bangkok. *Journal of Management, Economics, and Industrial Organization*, March, 59–76. <https://doi.org/10.31039/jomeino.2020.4.2.4>
- Hamid, H. (2018). Peran Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Petani Padi di Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan. *Khazanah Ilmu Berazam*, 1(3), 32–48. <http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/646/>
- Hilman Imtiyaz, A., Sri Pujiati, R., Trirahayu Ningrum Bagian Kesehatan Lingkungan dan Kesehatan Keselamatan Kerja, P., Kesehatan Masyarakat, F., & Jember Jln Kalimantan, U. (2016). *Analisis Nomor P-IRT pada Label Pangan Produksi IRTP di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember (Analysis of P-IRT Number on The Food Label IRTP Production in Kaliwates District Jember Regency)*.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>
- Jannah, R., Mappatempo, A., & Haanurat, I. (2019). The influence of product quality and promotion on customer satisfaction and its impact on customer loyalty PT.

(Fairus, Riezky Purnama Sari, Muhammad Fuad, Amelia,  
Ulya Nabilla, Fitra Muliani, Nurviana)

---

- Mahakrya Sejahtera Indonesia. *Prosiding The 3rd Konferensi Internasional Tentang Akuntansi, Bisnis & Ekonomi*, 7(December), 201–206.  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29557.93925>
- Khan, K., & Panwar, T. (2019). Achieving Sustainable Competitive Advantage through Brand Makeover. *The Marketing Review*, 19(3–4), 213–234.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1362/146934719X15774562877700>.
- Kumar, V. (2011). The Impact of Operations Performance on Customer Loyalty. *Service Science*, 3(2), 158–171. <https://doi.org/10.1287/serv.3.2.158>
- Luffarelli, J., Mukesh, M., & Mahmood, A. (2019). Let the Logo Do the Talking: The Influence of Logo Descriptiveness on Brand Equity. *Journal of Marketing Research*, 56(5), 862–878. <https://doi.org/10.1177/0022243719845000>
- Mardiana, T., Warsiki, A., & Heriningsih, S. (2020). Menciptakan Peluang Usaha Ecoprint Berbasis Potensi Desa dengan Metode RRA dan PRA. *Prosiding Konferensi Pendidikan Nasional “Strategi Dan Implementasi Pendidikan Karakter Pada Era Revolusi Industri 4.0,”* 282–288.
- Mukdin, K., & Heryanti, N. (2020). Perspektif Hukum Islam Terhadap Efektifitas Pelaksanaan Restorative Justice Pada Anak Berhadapan Dengan Hukum. *Gender Equality: International Journal of Child and Gender Studies*, 6(2), 61.  
<https://doi.org/10.22373/equality.v6i2.7790>
- Undang-Undang. (2016). *Undang-undang (UU) tentang Merek No . 15 Tahun 2001*. 62.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37599/uu-no-15-tahun-2001>