

**PENGEMBANGAN USAHA UKM UNAIS CAKE AND BAKERY MELALUI
PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL DAN PENERAPAN *GOOD
MANUFACTURING PRACTICES* (GMP)**

***BUSINESS DEVELOPMENT OF UKM UNAIS CAKE & BAKERY THROUGH
DIGITAL MARKETING TRAINING AND IMPLEMENTATION OF *GOOD
MANUFACTURING PRACTICES****

Rahmania Nur Afiah^{1)*}, Anis Asmediana²⁾, Khusnul Khotimah³⁾

¹⁾Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret
email: rahmaniana@staff.uns.ac.id

²⁾Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret
email: anis.asmediana@staff.uns.ac.id

³⁾Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret
email: khusnulnew2021@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

UKM Unais *Cake & Bakery* adalah UKM yang memproduksi kue & bakeri yang berdiri sejak tahun 2020. UKM ini berlokasi di Kelurahan Cemani, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Produk unggulan dari UKM ini adalah roti gembong dengan varian yang beragam, mulai dari yang manis hingga asin. Proses produksi hingga pemasaran ini dilakukan di kediaman pemilik. Berdasarkan informasi, pihak UKM seringkali tidak dapat memenuhi semua permintaan pelanggan dan terkadang kualitas roti yang dihasilkan kurang seragam hal ini dikarenakan tenaga kerja dan mesin yang dimiliki masih terbatas. Selain itu, diketahui UKM belum memiliki izin PIRT. Informasi selanjutnya yang dapat menjadi kendala berikutnya adalah UKM ini belum memiliki *outlet* dan sistem pemasarannya pun masih mengandalkan metode konvensional atau dari mulut ke mulut saja. Permasalahan yang ada jika tidak segera ditindaklanjuti dapat menghambat berkembangnya usaha UKM roti dan bakeri ini. Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, Tim Pengabdian membantu mengatasi kendala di UKM Unais *Cake & Bakery* dengan menyelenggarakan program (1) Peningkatan produksi dan kualitas produk (2) Pelatihan penerapan GMP sebagai bekal pengurusan Izin Edar PIRT (3) Pelatihan pemasaran produk menggunakan metode *digital marketing*. Tujuan dari kegiatan ini adalah pengembangan usaha UKM Unais *Cake & Bakery*.
Kata kunci: GMP, Pemasaran Digital, Pengembangan Usaha, UKM, Roti Gembong

ABSTRACT

Unais Cake & Bakery is a UKM that produces cakes & bakery founded in 2020. It is located in Cemani Village, Grogol District, Sukoharjo Regency, Central Java. The main product from Unais Cake & Bakery is Gembong Bread, which has various variants, from sweet to salty. The production and marketing processes are carried out at the owner's residence. Based on the information, Unais Cake & Bakery is often unable to fulfill all customer requests and sometimes the quality of the bread produced is not uniform, this is because the workforce and machines are still limited. Furthermore, Unais Cake & Bakery does not have the PIRT yet. The next obstacle is that this UKM does not have an outlet and the marketing system still relies on conventional methods. If problems are not handled immediately, they can hinder the development of this cake & bakery business. To solve these problems, the UNS Team helped Unais Cake & Bakery by organizing a program (1) Increasing production and product quality (2) Training implementation of GMP as a provision for obtaining PIRT Distribution Permits (3) Training product marketing using digital marketing methods. This activity aims to develop the Unais Cake & Bakery business.

Keywords: GMP, Digital Marketing, Business Development, UKM, Gembong Bread

PENDAHULUAN

UKM adalah singkatan dari "Usaha Kecil Menengah." Ini merujuk kepada bisnis – bisnis yang memiliki skala kecil hingga menengah dalam hal ukuran, omset, dan jumlah karyawan. Menurut [1], UKM sering kali merupakan tulang punggung ekonomi di banyak negara, berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, menghasilkan pendapatan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. UKM dapat beroperasi dalam berbagai sektor, termasuk perdagangan, jasa, produksi, dan manufaktur. Mereka sering kali menjadi sumber inovasi dan daya saing dalam ekonomi global [2]. UKM Unais *Cake & Bakery* adalah UKM yang memproduksi produk – produk kue dan bakeri seperti roti gembong, roti manis, *brownies fudgy*, dan *roll cake*. UKM ini berdiri sejak tahun 2020 di Kelurahan Cemani, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Pemilik UKM ini adalah Muhammad R. Ibrahim. Proses produksi sampai dengan pemasaran hanya dilakukan oleh 3 orang, yaitu pemilik, istri pemilik dan satu karyawan. Produk unggulan dari UKM ini adalah roti gembong dengan varian yang beragam, mulai dari yang manis hingga asin. Roti gembong merupakan camilan khas dari daerah Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. Makanan ini kini tengah populer di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Surakarta dan sekitarnya. Roti tersebut disebut gembong karena bentuk rotinya yang menggelembung. Bentuk Roti Gembong mirip seperti roti tawar atau roti sobek. Perbedaan terletak pada isian roti yang diisi dengan berbagai varian rasa, dan juga memiliki ciri khas roti tekstur roti yang lembut. Biasanya, dalam 1 kotak terdapat 6 potongan roti.

Roti gembong yang diproduksi oleh UKM Unais *Cake & Bakery* telah memiliki banyak pesanan dari lingkungan sekitar. Jumlah pesanan atau permintaan setiap harinya pun berbeda. UKM Unais *Cake & Bakery* terkadang tidak dapat memenuhi semua permintaan atau pesanan pelanggan, hal ini dikarenakan kapasitas tenaga kerja dan mesin atau peralatan yang dimiliki UKM tidak dapat memenuhi pesanan yang masuk. Sehingga, terkadang pemilik juga harus menolak pesanan roti dari pelanggan.

Hal tersebut menyebabkan keuntungan yang didapatkan UKM belum dapat dicapai secara optimal. Jika dipaksakan untuk menerima semua pesanan yang masuk, dikhawatirkan kualitas roti gembong yang dihasilkan tidak baik atau tidak sesuai dengan standar UKM Unais *Cake & Bakery*. Hal ini dikarenakan proses pembuatan roti gembong sendiri melewati proses yang cukup rumit. Segala proses perlu ditinjau yakni mulai dari pemilihan dan interaksi bahan baku, hingga kontrol setiap proses produksi. Teknik atau cara kerja dalam memperlakukan adonan, mulai dari proses pencampuran hingga pengemasan harus terjaga dengan baik. Jika setiap tahapan tidak diperhatikan dengan benar maka berdampak pada kualitas roti yang dihasilkan. Penambahan tenaga kerja atau *upgrade* mesin peralatan dapat dilakukan membantu meningkatkan produksi sekaligus kualitas roti gembong. UKM perlu memperhatikan rata – rata permintaan setiap harinya agar peralatan yang dimiliki dapat disesuaikan kapasitasnya.

UKM ini juga belum memiliki izin edar PIRT. Izin edar dapat meningkatkan daya saing roti gembong di UKM Unais *Cake & Bakery*. Berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 22 Tahun 2018 tentang pedoman pemberian sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga, dijelaskan bahwa pengertian PIRT adalah sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) yang diberikan oleh Bupati atau Walikota melalui Dinas Kesehatan [3]. Sertifikat ini menjadi acuan bahwa pangan hasil produksi yang dihasilkan oleh UKM tersebut telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan yang telah ditentukan. Penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP) menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan saat ingin mengajukan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT). Nomor PIRT selanjutnya dapat dilampirkan dalam kemasan. Adanya nomor atau izin PIRT dapat memperluas jangkauan pemasaran dan dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, jika UKM telah memiliki sertifikasi PIRT diharapkan usahanya dapat semakin berkembang.



Gambar 1. Lokasi UKM Unais & Cake

Disisi lain, sejauh ini produk kue dan roti yang diproduksi oleh UKM Unais *Cake & Bakery* hanya dipasarkan melalui aplikasi *WhatsApp* dan metode konvensional yakni mengandalkan pemasaran lewat pelanggan atau informasi dari mulut ke mulut. Padahal, pada era digital, pemasaran dapat dilakukan melalui *e-commerce* seperti *GoFood*, *Grab Food*, *Shopee Food*, ataupun *Instagram* [4]. Berdasarkan pengamatan, diketahui sudah cukup banyak yang menjual produk roti gembong di *e-commerce*. Pemanfaatan media online untuk transaksi jual beli jauh lebih diminati daripada penjualan konvensional. Hal ini dikarenakan dengan media *online* tersebut, pembeli yang ingin menikmati suatu produk makanan tidak perlu datang ke tempat penjual. Hal ini tentunya dapat menjadi sebuah acuan untuk UKM Unais *Cake & Bakery* untuk segera memasarkan produk di platform lain selain *Whatsapp* agar UKM tetap eksis dan mampu bersaing di era digital ini. Menurut pemilik, hal tersebut belum dilakukan dikarenakan UKM tersebut belum memiliki *outlet* dan proses produksi masih menjadi satu dengan dapur pemilik dan transaksi dilakukan di toko baju pemilik yang terdapat di samping kediaman pemilik seperti yang terlihat pada Gambar 1. Sehingga, diperlukan pemindahan lokasi produksi roti agar dapat memisahkan area usaha dengan area rumah agar tidak saling mengganggu fungsi satu sama lain. Pemisahan area ini juga dapat mengurangi adanya kontaminasi serta gangguan-gangguan lain.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program pengabdian masyarakat oleh grup riset *Food Technology Innovation (FTI)* UNS di UKM Unais *Cake & Bakery*, Kab Sukoharjo, Jawa Tengah dilakukan pada

bulan April - September 2023. Metode pelaksanaan dibagi menjadi tiga tahap, yaitu pendahuluan, pelaksanaan (pelatihan dan pendampingan), dan evaluasi kegiatan.

1. Tahapan pendahuluan

Tahapan pendahuluan pada pelaksanaan program ini dilakukan dengan melakukan sosialisasi dan diskusi di UKM Unais *Cake & Bakery* tentang tujuan, target, dan luaran program sehingga anggota UKM tersebut dapat mendukung tercapainya target program.

2. Tahapan pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan program pengabdian dilakukan dengan memberikan beberapa pelatihan yang bertujuan untuk mengatasi permasalahan di UKM Unais *Cake & Bakery* yaitu dengan memberikan pelatihan penerapan GMP sebagai bekal pengetahuan untuk mempermudah dalam proses pengurusan PIRT sekaligus pendampingan pengajuan PIRT, serta pelatihan pemasaran *digital* untuk meningkatkan penjualan dari produk roti gembong dari UKM Unais *Cake & Bakery*

3. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan sebagai indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan terkait dengan pengembangan usaha roti gembong. Evaluasi yang dilakukan meliputi evaluasi pengetahuan dan evaluasi praktik yang dilihat berdasarkan penerapan GMP, pengemasan produk, dan pemanfaatan *e-commerce* di UKM Unais *Cake & Bakery*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Produksi & Kualitas Produk

Permintaan pelanggan yang terkadang melebihi kemampuan produksi saat ini dapat menyebabkan hilangnya pesanan dalam jumlah besar yang dapat meningkatkan pendapatan. Dengan kapasitas produksi yang terbatas, UKM Unais *Cake & Bakery* tidak dapat memanfaatkan potensi penuh dari bisnis mereka. Ini berarti keuntungan yang dihasilkan juga terbatas, dan pertumbuhan bisnis menjadi terhambat. Ketidakmampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan yang

akhirnya dapat memengaruhi reputasi bisnis. Pelanggan mungkin mencari alternatif jika mereka tidak dapat membeli produk yang mereka inginkan [5].

Dalam produksi makanan, mencapai skala ekonomis biasanya penting untuk mengurangi biaya produksi per unit dan meningkatkan profitabilitas. Keterbatasan produksi dapat menghambat pencapaian skala ekonomis ini. Untuk mengatasi keterbatasan produksi ini, UKM Unais *Cake & Bakery* dapat mempertimbangkan antara penambahan tenaga kerja atau investasi dalam mesin peralatan produksi yang dapat membantu meningkatkan kapasitas produksi. Hal ini perlu diikuti dengan perhitungan anggaran dan perencanaan sumber daya yang memadai.

Berdasarkan perhitungan anggaran secara kasar yang telah dilakukan, penambahan mesin peralatan dianggap lebih menguntungkan dibandingkan dengan penambahan tenaga kerja. Penambahan mesin berupa *dough rounder* dapat membantu meringankan pekerjaan, efisiensi waktu serta meningkatkan produksi UKM tersebut, tanpa perlu penambahan tenaga karyawan. Menurut [6] Meskipun meningkatkan kapasitas produksi, penting juga untuk tetap menjaga kualitas produk. Pemilihan alat produksi yang tepat dan pemeliharaan yang baik adalah kunci untuk mempertahankan kualitas yang tinggi.

Mesin *dough rounder* adalah mesin yang dapat digunakan untuk membentuk adonan kue menjadi bulatan – bulatan yang berbentuk sama. Mesin ini tentunya akan jauh lebih efisien karena adonan yang terbentuk akan seragam, beda halnya cara pembuatan secara manual dengan menggunakan tangan. Sehingga, kualitas roti yang diproduksi pun tentunya juga jauh lebih baik karena akan didapatkan adonan kalis dengan ukuran yang sama, sehingga berat adonan roti yang dihasilkan akan sama rata satu sama lainnya. Hal tersebut juga nantinya akan berdampak pada harga jual roti.

Penyerahan mesin peralatan berupa mesin *dough rounder* dilakukan oleh Tim Pengabdian Grup Riset FTI UNS kepada UKM Unais *Cake & Bakery* (**Gambar 2**). Pengadaan alat produksi merupakan salah

satu langkah strategis yang sangat penting dalam upaya pengembangan UKM Unais *Cake & Bakery*. Dalam konteks program ini, tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kapasitas produksi UKM agar dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih besar sekaligus meningkatkan kualitas roti gembong yang dihasilkan. Data menunjukkan bahwa pemberian alat tersebut secara signifikan dapat membantu proses produksi hingga 2 (dua) kali lipat lebih banyak dengan waktu pengerjaan yang sama jika dibandingkan dengan tanpa menggunakan alat.



Gambar 2. Penyerahan Mesin *Dough Rounder*

Dengan meningkatnya produksi, pendapatan UKM akan meningkat secara signifikan. Permintaan pelanggan yang sebelumnya tidak dapat terpenuhi, harapannya selanjutnya dapat selalu terpenuhi. Kapasitas produksi yang lebih besar juga membuka peluang untuk memasarkan produk ke pelanggan baru atau ke pasar yang lebih luas. Ini berarti UKM Unais *Cake & Bakery* dapat menjelajahi lebih banyak saluran pemasaran dan mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Dengan adanya alat produksi tambahan yang lebih modern dan efisien, proses produksi dapat menjadi lebih efisien. Ini dapat mengurangi biaya produksi per unit dan meningkatkan profitabilitas [7].

Pelatihan GMP dan Pengurusan PIRT

Program pelatihan GMP dan pengurusan izin PIRT merupakan langkah penting bagi UKM Unais *Cake & Bakery*. Ini akan membantu UKM memahami peraturan dan praktik terbaik yang diperlukan untuk memastikan produk mereka diproduksi dengan aman dan berkualitas baik. Menurut

[8], pelatihan GMP memberikan pemahaman yang mendalam tentang peraturan yang berlaku dalam industri makanan, terutama terkait dengan izin PIRT. UKM diajarkan tentang tanggung jawab hukum mereka dan konsekuensi dari tidak mematuhi peraturan. UKM akan diajarkan tentang penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP) dalam setiap tahap produksi. Ini mencakup sterilisasi, pengelolaan bahan baku, penyimpanan yang tepat, dan proses produksi yang higienis.



Gambar 3. Tim Pengabdian melakukan pelatihan dan pemberian alat penunjang penerapan GMP

Penting untuk diingat bahwa GMP bukan hanya tentang memenuhi peraturan, tetapi juga tentang menjaga keamanan pangan. Pelatihan ini membantu UKM memahami bagaimana menerapkan praktik yang dapat menjaga kebersihan dan keamanan produk mereka. UKM diajarkan tentang pentingnya pemeriksaan dan pengujian produk mereka. Ini mencakup pengujian kualitas, keamanan mikrobiologi, dan pengawasan mutu produk. Pelatihan ini juga akan membahas pentingnya dokumentasi yang tepat dan pelaporan. UKM akan mempelajari bagaimana membuat catatan produksi yang akurat dan lengkap. Selain pelatihan GMP, program ini juga akan membantu UKM dalam pengurusan izin PIRT. Hal ini sejalan dengan pengabdian yang dilakukan oleh [9], dimana disampaikan bahwa pendampingan pengurusan PIRT mencakup proses aplikasi, persyaratan dokumentasi, dan komunikasi dengan otoritas terkait.

Dengan memiliki izin PIRT, UKM dapat membangun kepercayaan konsumen. Ini merupakan tanda bahwa produk mereka telah memenuhi standar keamanan dan kualitas yang ditetapkan oleh otoritas. Izin PIRT juga dapat membuka pintu untuk perluasan jangkauan pemasaran. UKM dapat memasarkan produk mereka ke berbagai kanal, termasuk toko-toko dan supermarket yang memerlukan izin resmi. Pada akhirnya, program pelatihan ini akan membantu UKM Unais Cake & Bakery mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Hal ini diperkuat oleh [10], yang menyatakan bahwa jika kemasan yang digunakan oleh UKM masih sangat standar dan belum memiliki izin edar PIRT, maka produk hanya dapat dijual di kalangan terbatas.

Nomor PIRT serta logo Halal UKM Unais Cake & Bakery kini telah dicantumkan di kemasan seperti yang terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampak depan kemasan Roti Gembong Unais Cake & Bakery dengan pencantuman Nomor PIRT

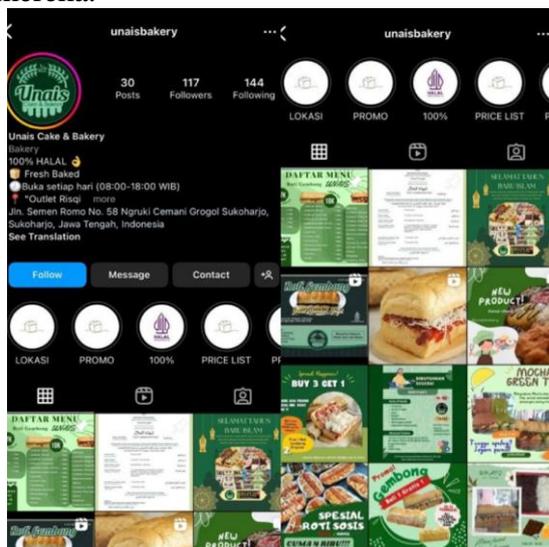
Pelatihan Digital Marketing

Kendala selanjutnya yang ada pada UKM Unais Cake & Bakery adalah tidak adanya outlet dan ketergantungan pada pemasaran tradisional atau dari mulut ke mulut. Dengan hanya mengandalkan pemasaran konvensional, UKM memiliki jangkauan terbatas. Mereka hanya dapat mencapai pelanggan yang berada dalam jaringan sosial mereka atau yang secara langsung mengetahui bisnis mereka. Pelanggan yang loyal mungkin tetap membeli produk, tetapi UKM mungkin kehilangan peluang untuk menjangkau pelanggan baru. Menurut [11], Pemasaran dari mulut ke mulut memerlukan waktu dan upaya yang signifikan dari pemilik bisnis. Ini dapat mengalihkan perhatian dari operasional bisnis utama, seperti produksi dan pengembangan produk.



Gambar 5. Outlet UKM Unais Cake & Bakery

Kini, UKM Unais Cake & Bakery telah memiliki *outlet*. *Outlet* tersebut dibuat didepan rumah pemilik (Gambar 5). *Outlet* tersebut diharapkan dapat mendukung kegiatan pemasaran digital. Pelatihan pemasaran digital menjadi komponen penting dalam program pengembangan UKM Unais Cake & Bakery. Dalam era digital saat ini, pemasaran *online* telah menjadi salah satu alat yang paling efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas. Menurut [12], UKM akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik untuk mengembangkan bisnis mereka dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital. Salah satu aspek penting dari pelatihan ini adalah penggunaan iklan online. Menurut [13] UKM perlu belajar cara memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial dan mempromosikan produk mereka. Dengan memahami bagaimana membangun kehadiran yang kuat di media sosial, UKM dapat menciptakan hubungan yang lebih erat dengan pelanggan mereka.



Gambar 6. Akun Instagram Unais Cake & Bakery

Pelatihan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian *Food Teknologi Innovation* terkait pemasaran *digital* yakni mencakup beberapa strategi pemasaran *digital* yang dapat diterapkan, diantaranya pembuatan akun media sosial yakni Instagram, pelatihan pembuatan konten yang baik (meliputi *editing* foto dan pembuatan *caption*), pelatihan pembuatan deskripsi produk yang benar, dan pelatihan pengelolaan Instagram ads. Menurut [14], dengan menguasai beberapa keterampilan, UKM dapat mencapai pelanggan yang lebih tertarget dan memaksimalkan anggaran iklan mereka. UKM Unais Cake & Bakery kini telah aktif menggunakan Instagram dan telah dikelola dengan baik (Gambar 6). Selain itu, pelatihan foto produk juga dilakukan sebagai penunjang media promosi agar tampilan foto roti gembong UKM Unais Cake & Bakery terlihat lebih menarik untuk pelanggannya terutama pelanggan baru (Gambar 7).



Gambar 7. Hasil Foto Produk untuk Media Promosi UKM Unais Cake & Bakery

Melalui pelatihan pemasaran digital, UKM dapat belajar strategi untuk menjangkau pelanggan baru. Ini melibatkan identifikasi audiens target yang sesuai dan penggunaan alat pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana menarik pelanggan baru, Menurut [15], UKM dapat belajar cara mengumpulkan dan menganalisis data pemasaran digital untuk mengukur efektivitas kampanye mereka. Ini memungkinkan mereka untuk

membuat penyesuaian dan perbaikan berdasarkan hasil yang diperoleh. Kreativitas dalam konten adalah aspek penting dari pemasaran digital. Selain itu, menurut [16], menciptakan konten yang menarik dan relevan, seperti gambar, video, dan tulisan dapat menarik perhatian pelanggan dan membangun merek mereka. Terakhir, pelatihan ini juga membantu UKM memahami pentingnya beradaptasi dengan perubahan dalam dunia digital yang cepat berubah. Mereka akan diajarkan cara tetap relevan dan inovatif dalam strategi pemasaran mereka untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa UKM Unais Cake & Bakery memiliki potensi besar untuk pertumbuhan dan pengembangan. Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi agar potensi ini dapat diwujudkan.

Pertama, keterbatasan produksi adalah salah satu hambatan utama yang perlu diatasi. UKM ini hanya mampu memproduksi produk dalam jumlah terbatas, sementara permintaan pasar jauh melebihi kapasitas produksi saat ini. Hal ini menyebabkan kehilangan peluang penjualan yang signifikan dan dapat menghambat pertumbuhan bisnis. Untuk mengatasi masalah ini, pengadaan mesin produksi tambahan dan perencanaan produksi yang cermat menjadi kunci untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Kedua, pelatihan GMP serta pengurusan izin PIRT adalah langkah-langkah yang positif dalam mendukung pertumbuhan UKM ini. Namun, pemantauan dan evaluasi yang berkelanjutan terhadap implementasi program ini perlu terus dilakukan agar UKM secara konsisten dapat menerapkan GMP.

Ketiga, ketergantungan pada pemasaran tradisional adalah permasalahan lain yang dapat menghambat potensi pemasaran yang lebih luas. UKM Unais Cake & Bakery perlu mempertimbangkan Langkah – langkah untuk memperluas saluran pemasaran mereka, seperti menggunakan iklan online sebagai strategi pemasaran digital.

SARAN

Program pengembangan yang telah diimplementasikan perlu dievaluasi secara berkala. Saat meningkatkan kapasitas produksi, UKM harus tetap fokus pada pemeliharaan kualitas produk. Kualitas yang tinggi adalah salah satu aset terbesar mereka, dan harus dijaga dengan baik. UKM harus memantau kinerja dalam hal produksi, pemasaran, dan kualitas produk, serta mengambil tindakan perbaikan jika diperlukan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Sebelas Maret yang telah mendanai kegiatan ini melalui Hibah Grup Riset dan kepada UKM Unais Cake & Bakery yang telah bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan dan terselesaikan dengan lancar.

REFERENSI

- [1] Wiyadi, A. Y. Prastiwi, R. Trisnawati, and Chuzaimah, "Strategi Peningkatan Kinerja UKM," *Jurnal Abdi Psikonomi*, vol. 2, no. 2, pp. 78–85, 2021.
- [2] J. I. Manajemen *et al.*, "Penerapan Transformasi Digital Pada UKM Selama Pandemi Covid-19 di Kota Denpasar," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 79–87, 2021, [Online]. Available: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- [3] J. Pengabdian Magister Pendidikan IPA, A. Jupri, E. S. Prasedya, T. Rozi, N. Septianingrum, and I. Difani, "Pentingnya Izin PIRT terhadap UMKM di Kelurahan Rakam untuk Meningkatkan Pemasaran Produk," *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, vol. 4, no. 4, pp. 162–166, 2021, doi: 10.29303/jpmpi.v3i2.1046.
- [4] W. Ardiani and R. Putra, "Pelatihan Berbasis Daring dalam Penguatan Pemasaran Digital UKM Kota Medan," *Jurnal Abdidas*, vol. 1, no. 6, pp. 609–615, Nov. 2020, doi: 10.31004/abdidas.v1i6.118.
- [5] S. Rio Sasongko, "Faktor - Faktor

- Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran),” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 3, no. 1, pp. 104–114, 2021, doi: 10.31933/jimt.v3i1.
- [6] S. Chakraborty and K. K. Dash, “A comprehensive review on heat and mass transfer simulation and measurement module during the baking process,” *Applied Food Research*, vol. 3, no. 1, Jun. 2023, doi: 10.1016/j.afres.2023.100270.
- [7] H. G. Masure, A. G. B. Wouters, E. Fierens, and J. A. Delcour, “Electrical resistance oven baking as a tool to study crumb structure formation in gluten-free bread,” *Food Research International*, vol. 116, pp. 925–931, Feb. 2019, doi: 10.1016/j.foodres.2018.09.029.
- [8] A. L. Wijaya and A. M. A. Sary, “Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Remaja Karang Taruna Pemilik Online Shop Di Desa Sambirejo Kec. Jiwan Kab. Madiun,” *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, vol. 4, no. 1, pp. 16–27, 2022.
- [9] S. Mulyawati, Efendy, Tajidan, FX Edy Fernandez, and Sharfina Nabilah, “Pentingnya Izin PIRT Sebagai Penguatan Produk Olahan Keripik KWT Nine Seru di Desa Lantan,” *Jurnal SIAR ILMUWAN TANI*, vol. 4, no. 1, pp. 26–31, May 2023, doi: 10.29303/jsit.v4i1.85.
- [10] Y. Andhini Bhakti Pertiwi, A. Agustina, R. Rahmadwiati, R. Lasekti Wicaksono, and D. Apriyanto, “Instan Pada Kelompok Wanita Tani D’sekar Entrepreneurship Assistance Through Awareness Of Standard Operational Procedure (Sop) Production And Packaging Improvements On Processed Instant Ginger Drink Products To D’sekar Women Farming Group,” *Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 1, 2023, [Online]. Available: <http://logista.fateta.unand.ac.id>
- [11] S. Lee and D. Y. Kim, “The BRAND tourism effect on loyal customer experiences in luxury hotel: The moderating role of psychological ownership,” *Tour Manag Perspect*, vol. 35, Jul. 2020, doi: 10.1016/j.tmp.2020.100725.
- [12] A. Marjukah, “Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, vol. 20, no. 1, pp. 1–12, 2022.
- [13] E. Rachma Kurniasi *et al.*, “Pelatihan Pemasaran Digital Produk Desa Nadung: Kopi Teh Pelawan dan Gula Kabung,” *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, vol. 02, no. 01, pp. 187–197, 2021, doi: 10.46306/jabb.v2i1.
- [14] A. K. Yuliwati, R. Rofaida, and B. Pamungkas Gautama, “Peningkatan Kapasitas Digital UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19 di Belitung Increasing SMEs Digital Capacity Through Digital Marketing During Pandemic Covid 19 in Belitung,” in *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 2021, pp. 2127–2130.
- [15] N. Kareja, S. Setiadevi, N. Alfiyah, and L. Triyaningsih, “Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pelatihan Pemasaran Digital pada Kedai Kopi Garasi,” *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, vol. 6, no. 2, pp. 448–459, Apr. 2022, doi: 10.29407/ja.v6i2.16868.
- [16] A. R. Fadilla, A. I. Lukman, and M. Alisalman, “Implementasi Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Warga Belajar Paket C di PKBM Generasi Mandiri,” *Jurnal Program Studi Pendidikan Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 168–174, 2022.