

## ***Mini Pizza Production Business Development at Keytering Food, Snack & Drink MSME in Pelutan Village, Pemalang District***

### **Pengembangan Usaha Produksi Pizza Mini Di Umkm Keytering Food, Snack & Drink Di Desa Pelutan Kecamatan Pemalang**

Tri Handayani<sup>1</sup>, Nunung Wulan Sari<sup>2</sup>, Anis Setyorini<sup>3</sup>, Anini Nihayah<sup>4</sup>, Hendra<sup>5</sup>, Sobba Mufshikhah<sup>6</sup>, Syah'ban Silitonga<sup>7</sup>, Decyka Fitri<sup>8</sup>, Nila Rosa<sup>9</sup>, Wahyu Aldiyansyah<sup>10</sup>  
<sup>1,2,3,6,7,8,9,10</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Adias, Prodi S1 Manajemen  
<sup>4,5</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Adias, Prodi S1 Sistem Informasi

Email korespondensi: [trihandayani94@gmail.com](mailto:trihandayani94@gmail.com)

#### **Abstract**

*The Micro, Small and Medium Enterprises that are the object of the Group 1 Business Work Lecture activity are MSMEs owned by "Mrs. Shintya Gita Novita" located in RT 05/09, Pelutan Village, Pemalang District, Pemalang Regency. This MSME receives various orders for Food, Beverages and Snacks. The purpose of this KCU activity is to develop businesses in MSMEs by identifying problems that exist in MSMEs, and trying to provide alternative solutions. After conducting the observation stage, several problems were found that MSMEs face, including not having a business profile, vision, mission and organizational structure, the desire to create a business logo, not having a business banner, not having simple financial bookkeeping, not having a social media account, not having a note, not having a business location listed on Google Maps, a website and ineffective marketing. After carrying out the observation stage, several business development assistance programs were formulated, including the creation of profiles, vision, mission and business structure, creation of business logos, creation of business banners, creation of product labels, creation of simple financial bookkeeping, calculation of cost of goods produced and sold (COGS), creation of social media accounts such as Instagram, Facebook and creation of business locations on Google maps, and promotional videos for business profiles and products. After analyzing and applying the KCU program to the MSMEs, it resulted in positive impacts, including the MSMEs having a profile, vision, mission, and organizational structure as fulfillment of business requirements, having a new logo as a business identity, and products being better known through banners, orders with notes, and also promotional videos.*

**Keywords:** Management, Promotion, Market

#### **Abstrak**

*Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang menjadi objek pada kegiatan Kuliah Kerja Usaha Kelompok 1 adalah UMKM milik "Ibu Shintya Gita Novita" yang terletak di RT 05/09, Desa Pelutan, Kecamatan Pemalang, Kabupaten Pemalang. UMKM ini menerima berbagai pesanan Makanan, Minuman dan Snack. Tujuan dari Pelaksanaan kegiatan KCU ini adalah untuk melakukan pengembangan usaha di UMKM dengan cara mengidentifikasi permasalahan - permasalahan yang ada di UMKM, serta berupaya untuk memberi alternatif solusi. Setelah melakukan tahap observasi, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM diantaranya adalah belum memiliki profil usaha, visi misi dan struktur organisasi, adanya keinginan untuk membuat logo usaha, belum memiliki banner usaha, belum memiliki pembukuan keuangan sederhana, belum memiliki akun social media, belum memiliki nota, belum tercantumnya lokasi usaha di google maps, website serta pemasaran yang kurang efektif. Setelah melaksanakan tahap observasi, dirumuskan beberapa program pendampingan pengembangan usaha antara lain adalah pembuatan profil, visi misi dan struktur usaha, pembuatan logo usaha, pembuatan banner usaha, pembuatan label produk, pembuatan pembukuan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produksi dan penjualan (HPP), pembuatan akun media sosial seperti Instagram, Facebook dan pembuatan lokasi usaha di Google maps, dan video promosi profil dan produk usaha. Setelah menganalisis dan mengaplikasikan program KCU pada UMKM tersebut menghasilkan dampak positif diantaranya UMKM tersebut memiliki adanya profil, visi misi, dan struktur organisasi sebagai pemenuhan kelengkapan usaha, memiliki logo baru sebagai identitas usaha, serta produk lebih di kenal dengan adanya banner, pemesanan dengan nota, dan juga video promosi.*

**Kata kunci:** Manajemen, Promosi, Market

## 1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Di Indonesia, definisi UMKM diatur di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dalam bab 1 (ketentuan umum), Pasal 1 dari Undang-Undang tersebut dinyatakan bahwa Usaha Mikro (UMI) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMI sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut. Usaha Kecil (UK) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria UK sebagaimana yang disebut di dalam Undang-Undang tersebut.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini pada usaha yang berada pada skala industri kecil menengah (UMKM) yang bergerak pada makanan Pizza Mini yang sampai dengan sekarang masih menjadi kegemaran masyarakat luas. Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat, sebagai mitra kegiatan adalah usaha Pizza Mini dari Desa Pelutan, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah usaha rumahan yang bergerak di bidang makanan dengan bahan dasar pembuatannya yang terbilang mudah didapatkan di pasaran. Selain itu, rasa khas dari Pizza Mini Keytering yang memiliki rasa original yang khas dan dapat di terima masyarakat sekitar. Dalam kegiatan KCU, sebagai mitra kegiatan adalah usaha Pizza Mini Keytering Ibu Shintya dari Desa Pelutan, Jalan Tiga Waja, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Usaha rumahan yang bergerak di bidang kuliner dengan bahan yang digunakan yaitu tepung terigu, telur, baking soda dan topping dengan pemanggangan kurang lebih 30 menit dengan suhu 180 derajat untuk menjadi pizza mini yang lezat. Kami juga membuat UMKM Telur Asin Rizki memiliki Packaging yang menarik agar dapat meningkatkan daya beli masyarakat dan pasti untuk keamanan produk. Diketahui bahwa produk pizza mini ini dipasarkan di wilayah Desa Pelutan, Mulyoharjo, Kebondalem, Widuri dan sekitarnya dengan menerima pesanan pelanggan seperti digunakan untuk hajatan, aqiqah dan acara besar lainnya. Dengan banyaknya permintaan menjadi daya tarik sendiri bagi UMKM Keytering Food, Snack and Drink.

## 2. METODE

Penelitian ini mengutamakan penggunaan metode yang sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan, agar diperoleh data yang relevan untuk dibahas lebih lanjut. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Pengembangan Usaha Produksi Pizza Mini pada UMKM Keytering *Food, Snack and Drink* di Desa Pelutan Kecamatan Pemalang Kabupaten Pemalang.

1. Kegiatan Observasi awal dilakukan pada tanggal 23 Juni 2024, yang dilakukan untuk mempersiapkan berbagai hal sebelum melakukan kegiatan yang meliputi menjalin komunikasi dengan UMKM, dengan melakukan pengamatan (survei lapangan), serta mengidentifikasi setiap permasalahan pada UMKM dan melakukan penyusunan program kerja untuk rencana pemecahan masalah (*problem solving*).
2. Kegiatan Penetapan Program Kerja utama, dilakukan pada tanggal 25 Juni 2024, yang meliputi pendampingan dan pembinaan kepada UMKM Keytering *Food, Snack and Drink* serta memberikan solusi untuk setiap permasalahan yang menjadi kendala utama pada UMKM yang sebelumnya sudah melalui proses observasi oleh tim. Selain itu, kegiatan ini juga mencakup penyusunan strategi jangka panjang untuk memastikan keberhasilan program kegiatan yang telah ditetapkan.
3. Kegiatan pendampingan dilakukan pada tanggal 26 Juni – 25 Juli 2024, pada tahapan ini meliputi beberapa aspek yaitu:

- a. Pembuatan profil usaha
  - b. Pembuatan *google maps*
  - c. Pembuatan akun instagram
  - d. Pembuatan *banner* usaha
  - e. Pembuatan logo usaha
  - f. Pembuatan label kemasan
  - g. Pembuatan struktur organisasi
  - h. Pembuatan perhitungan HPP
4. Kegiatan Evaluasi dilakukan pada tanggal 31 Juli 2024, dimana permasalahan permasalahan yang ditemukan telah teratasi. Kemudian di evaluasi kembali apakah hasil dari program kerja yang telah dilaksanakan membawa manfaat untuk pengembangan usaha atau tidak. Evaluasi ini mencakup analisis mendalam terhadap setiap aspek yang telah diimplementasikan, termasuk peningkatan efisiensi operasional, peningkatan penjualan, dan kepuasan pelanggan. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk menyusun laporan yang memberikan kesimpulan dan penutup dari hasil kegiatan secara jelas dan menyeluruh.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelum melakukan kegiatan pendampingan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan yaitu melakukan kunjungan dan mengidentifikasi permasalahan dari UMKM Keytering Food, *Snack and Drink* kecamatan Pemalang kabupaten Pemalang. Pelaksanaan identifikasi masalah ini dilakukan dengan langsung turun ketempat usaha dan melakukan komunikasi secara langsung kepada pemilik usaha terkait masalah yang dihadapi. Dengan komunikasi yang baik pelaku usaha dapat terbuka menjelaskan masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan hasil identifikasi masalah UMKM Keytering Food, *Snack and Drink* antara lain: belum memiliki Profil usaha, belum memiliki logo usaha yang menarik, belum memiliki titik *Google Maps*, belum memiliki social media, belum memiliki Banner Usaha, belum memiliki *Notta Usaha*, belum memiliki Video Produksi dan Video Promosi, belum memiliki *Link Bio Tools*, belum memiliki label kemasan, belum memiliki struktur organisasi, belum ada perhitungan HPP dan Laporan keuangan Sederhana. Melalui observasi dan komunikasi yang baik kepada pemilik usaha, maka dapat kami identifikasi masalah-masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya.

### 4. KESIMPULAN

Dalam pelaksanaan pendampingan dan pembinaan di Keytering Food, *Snack and Drink* ini kami telah merealisasikan beberapa program kerja yang telah kami susun sebelumnya, antara lain sebagai berikut: pembuatan Profil Usaha, pembuatan Logo Usaha, pembuatan titik Lokasi Google Maps, pembuatan Sosial Media, pembuatan Banner Usaha, pembuatan *Notta Usaha*, Pembuatan Video Produksi dan Video Promosi, pembuatan link Bio Tools, pembuatan Label Kemasan, pembuatan struktur organisasi, pembuatan HPP dan Laporan Keuangan Sederhana. Program tersebut telah terlaksana dengan cukup baik, namun ada program kerja kami yang belum terealisasi yaitu pembuatan sertifikat halal, karena membutuhkan waktu yang cukup lama, ditambah dengan waktu pelaksanaan kegiatan KCU yang terbatas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustiar Ningsih, Y., & Basuki Oemar, E. agus. (2021). Perancangan Company Profile PT Wiradecan Multi Berkah Sebagai Media Promosi. *Jurnal Barik*, 2(3), 97–110.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

- Ainur, E., & Pudjo, H. (2024). Penggunaan Logo dan Banner Sebagai Upaya Pengoptimalan Branding UMKM “Nda Sulthon” Ainur. 7(1), 34–41. <https://journalpedia.com/1/index.php/imb>
- Ibnu, R., Marizal, & Bhakti, H. (2024). Optimalkan Bisnis Lokal (UMKM) Desa Gunung Selamat di Google Maps. *Aγση*, 15(1), 37–48.
- Kustandi, C., & Sutjipto, B. (2011). Media Pembelajaran: manual dan digital. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:191948026>
- Latifah, H., Riliandini, P., Fadillah, D. N., & Nisa', K. (2021). Prosiding Seminar Nasional Membangun Desa Uns Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Cawas. 7–8.
- Marta, W. (2021). Redesain Logo Pada Produk Kopi Sago. Prosiding SNADES 2021 - Kebangkitan Desain & New Media: Membangun Indonesia di Era Pandemi, December, 309–316.
- Nugraha, R., & Alpian, Y. (2024). Penerapan Media Promosi Banner Pada UMKM Boneka Desa Kutaraharja. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3(1), 4656– 4663.
- Philip Kotler. (2016). *Marketing Management 15th edition (15 ed.)*. Pearson Education. Soemarsoe, S. (2002). *Akuntansi Biaya*. Bandung
- Sulaiman, H., Afrizal, T., & Paramitha, A. (2023). Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat Pembuatan Web Landing Page Untuk Meningkatkan Konversi Penjualan Online. *Kapas*, 2(2), 223–231.
- Wahjono, S. I. (2022). *Struktur Organisasi*. April