

**PEMBERDAYAAN UMKM BERBAHAN BEKATUL DI SURAKARTA
MELALUI DESAIN RAK DISPLAY DAN MEDIA PROMOSI
GUNA MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN**

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN TERAPAN**



Ketua :

Dr. Sri Hesti Heriwati, M.Hum. NIP. 195909291986032001

Anggota Dosen :

Indriati Suci Pravitasari, M.Sn. NIP. 198809152022032005

Eko Sri Haryanto S.Sn, M.Sn. NIP. 197007252008121001

Anggota Mahasiswa :

Moh Krismanto NIM. 201501067

Gilang Ardiningrum NIM. 231501059

Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor: SP DIPA- 023.17.2.677542/2024

tanggal 24 November 2023

Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi,

**Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi
sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian / PKM**

Nomor : 548/IT6.2/PT.01.03/2024

INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA

AGUSTUS 2024

ABSTRAK

Kegiatan Penelitian Terapan “Pemberdayaan UMKM Berbahan Bekatul di Surakarta Melalui Desain Display dan Media Promosi Guna Meningkatkan Omset Penjualan” ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra agar dapat menambah penghasilan ekonomi keluarga. Mitra dari kegiatan ini adalah UMKM Dbroo Kichen, Jawa Tengah. Kegiatan yang dilakukan meliputi; penelitian serta perancangan/desain rak display dan media promosi. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini agar mitra memiliki kemampuan tumbuh dan berkembang pasca pandemi setelah memiliki materi promosi dan rak display yang menarik konsumen sesuai karakter produk UMKM Bekatul. Luaran kegiatan ini diharapkan berupa naskah publikasi ilmiah, presentasi hasil Penelitian Terapan, Surat Keterangan Penerapan IPTEKS dari mitra, Publikasi di media massa, Kekayaan Intelektual (KI) berupa desain industri. Kegiatan ini merupakan implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi oleh dosen dan mahasiswa ISI Surakarta, pada akhirnya dapat meningkatkan mitra untuk mengembangkan diri. Kegiatan ini juga merupakan pelaksanaan IKU dua, IKU tiga, dan IKU lima. Kegiatan ini juga merupakan pengayaan dari MK Kewirausahaan dan MK. Desain Mebel yang ada pada Prodi Desain Interior dan Prodi Desain Komunikasi Visual.

Kata Kunci: Perancangan, Rak Display, Promosi, UMKM, Bekatul



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas bimbingan-Nya sehingga kegiatan Penelitian Terapan dengan judul “Pemberdayaan UMKM Berbahan Bekatul di Surakarta Melalui Desain Display dan Media Promosi Guna Meningkatkan Omset Penjualan”, yang Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor : Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor: SP DIPA-023.17.2.677542/2024 Tanggal 24 November 2023 Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian / PKM Nomor : 534/IT6.2/PT.01.03/2024. Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Terapan ini dapat selesai dengan baik. Terlaksananya kegiatan penelitian ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Berbagai macam bentuk dukungan telah menumbuhkan semangat dan motivasi peneliti sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan Ketua LP2MP3M ISI Surakarta bapak Dr. Sunardi, M.Hum, Dekan FSRD ISI Surakarta ibu Dr Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum serta ibu Dr. Siti Badriyah, S.Sn, M.Hum selaku Ketua Program Studi Desain Interior FSRD ISI Surakarta, atas segala dukungan dan bantuannya sehingga kegiatan Penelitian Terapan ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga amal baik semua pihak tersebut dapat imbalan yang lebih dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa kegiatan ini masih belum sempurna, meskipun demikian penulis berharap semoga hasil Pelaksanaan Penelitian Terapan ini dapat memberikan manfaat khususnya pada pemilik UMKM Berbahan Bekatul Dbroo Kichen, dunia pendidikan, serta masyarakat luas pada umumnya.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN PENGESAHAN	2
ABSTRAK	3
KATA PENGANTAR	4
DAFTAR ISI	5
BAB I. PENDAHULUAN	6
A. Latar Belakang.....	6
B. Rumusan Masalah	8
C. Pendekatan Masalah	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	14
A. <i>State of the art</i> dan kebaruan	14
B. Peta Jalan Penelitian	18
BAB III. METODE PENELITIAN	18
A. Bagan Kerangka Pikir Penelitian Terapan	20
B. Desain Penelitian	21
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	22
A. UMKM Dbro Kitchen.....	22
B. Kondisi Existing Dbro Kitchen.....	23
C. Rancangan Rak display dan Media Promosi Dbro Kitchen	28
DAFTAR PUSTAKA	28
LAMPIRAN.....	29
Lampiran 1. Jarak Lokasi Mitra	30
Lampiran 2. Leaflet Produk Dbro Kitchen	31

BAB I. PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Wabah COVID-19 berdampak bagi semua sektor, termasuk sektor industri makanan. Sektor distribusi pangan, transportasi dan restoran mengalami kerugian besar. Banyak restoran dan usaha catering tidak dapat menjalankan bisnisnya. Wabah COVID-19 juga melumpuhkan banyak IRT (Industri Rumah Tangga) pangan, terutama IRT yang masih menjalankan cara-cara yang konvensional. Guna merespon dampak wabah tersebut pengusaha IRT perlu mengimplementasikan cara-cara untuk memberi pelayanan lebih aman dan nyaman bagi konsumen yang mengarah ke permintaan secara online. Produsen makanan perlu fasilitas menyesuaikan tuntutan konsumen. Usaha makanan berskala IRT juga harus beradaptasi, peraturan tentang dalam penyediaan makanan secara langsung/offline dibatasi 50% dari kapasitas sebelumnya, konsumen tidak dapat leluasa melaksanakan aktifitas makan di tempat penjual. Pelayanan pengiriman makanan ke konsumen otomatis meningkat secara tajam, baik menggunakan jasa promosi melalui sosial media, marketplace maupun jasa pengiriman lainnya.

Perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) selama 10 tahun terakhir telah mengalami perkembangan hingga 99.9% dari total unit usaha yang ada di Indonesia yang tersebar di seluruh Indonesia dengan jumlah hingga 62.9 juta unit. Bidang usaha UMKM ini terdiri atas bidang perdagangan, pertanian, peternakan, kehutanan, perikanan, pertambangan, pengolahan, bangunan, komunikasi, hotel, restaurant dan jasa-jasa lainnya. UMKM sendiri dapat dikategorikan sebagai usaha yang dimiliki oleh perorangan ataupun badan usaha yang produktif yang memenuhi criteria sebagai usaha mikro. Perkembangan ini tidak terlepas dari semakin majunya pertumbuhan UMKM seperti pemanfaatan sarana teknologi, informasi dan komunikasi, kemudahan peminjaman modal usaha, turunnya pajak PPH final. Ditengah perkembangan UMKM yang semakin menjanjikan ini, pada awal tahun 2020 dunia diuji

dengan pandemic Covid-19 yang dimulai di kota Wuhan, China. Untuk mencegah penyebaran virus Covid-19, pemerintah menarapkan kebijakan social distancing (pembatasan jarak social) dan berupaya untuk melakukan lockdown (karantina wilayah). Akibat dari kebijakan pemerintah ini, terjadi penurunan yang sangat drastic di berbagai sektor di Indonesia. Penurunan ini diakibatkan oleh diliburkannya segala aktivitas masyarakat, mulai dari aktivitas pendidikan hingga aktivitas perdagangan yang melibatkan kontak fisik dengan setiap pihak yang terlibat. Akibat bagi UMKM adalah terhambatnya kegiatan penjualan dan kegiatan produksi. (1) Fenomena pandemi COVID-19 melanda hamper seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia awal tahun 2020. Pandemi COVID-19 tidak hanya menimbulkan guncangan pada sektor kesehatan, melainkan juga pada sektor ekonomi. Pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini mau tidak mau memberikan dampak terhadap berbagai sektor. Pada tataran ekonomi global, pandemi COVID-19 memberikan dampak yang sangat signifikan pada perekonomian domestik negara-bangsa dan keberadaan UMKM. (2)

Jenis Produk Usaha yang paling dominan dan menempatkan posisi paling pertama dan paling banyak dijalani oleh para pelaku UMKM yakni berdagang eceran seperti berjualan sembako, pulsa, pakaian, dll) dengan persentase sebesar 35,9 persen. Urutan kedua yang menempati jenis usaha yang paling diminati oleh pelaku UMKM ialah menyediakan makanan dan minuman dengan persentase sebesar 20,9 persen. Urutan ketiga yakni produk jasa sebesar 16,5 persen. Urutan keempat yakni produksi makanan sebesar 16,0 persen. Urutan kelima terdapat industri pengolahan dengan 4,9 persen. Urutan keenam terdapat produk kerajinan atau karya seni sebesar 3,9 persen. Dan urutan yang ketujuh yaitu produksi pertanian, perkebunan, dan peternakan dengan persentase sebesar 1,9 persen. (2) Semenjak merebaknya Covid-19 omset menurun karena adanya psical distancing. Hal tersebut berlanjut di era New Normal, perilaku konsumen berubah. Konsumen yang sebelumnya ramai di penjualan langsung (luring) sekarang bergeser di penjualan online. Dampak tersebut sangat signifikan, selain mereka mengalami penurunan terutama pesanan di hari-hari besar keagamaan untuk paket lebaran, natal dan tahun baru.

Produk makanan tidak dapat berdiri sendiri, produk makanan olahan dalam hal ini snack dan cookies sangat dipengaruhi oleh tampilan produk. Produk yang enak dan berkualitas tapi tidak didukung dengan tampilan yang baik dengan sendirinya tidak akan menarik konsumen untuk membelinya. Kemasan dapat mempengaruhi pembeli dalam memilih dan membeli

suatu produk. Namun fakta di lapangan, banyak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih belum memahami pentingnya kemasan yang persuasif yang menjual. Kemasan menjadi daya tarik awal sebelum membuka isi, kemasan juga dapat berfungsi memberikan informasi akan manfaat produk yang dibungkus. Salah satu hal yang ingin dicapai melalui program pengabdian masyarakat ini adalah melatih kreativitas membuat label kemasan yang persuasif yang dapat membujuk konsumen untuk membeli produk.

Pandemi Covid-19 selain berdampak terhadap kesehatan, juga melemahkan perekonomian nasional dan internasional. Berbagai sektor industri, termasuk bisnis kuliner, mengalami gangguan seperti pasokan bahan baku, permintaan produk, kekurangan tenaga kerja, dan ketidakjelasan usaha. Di Indonesia jumlah IRT di bidang pangan berkisar 12 juta usaha. Indonesia memiliki kualitas rasa yang mampu bersaing, namun kurang menarik perhatian konsumen. Hasil kajian Pemasaran Produk IRT melalui jaringan ritel besar menunjukkan pelaku IRT yang bergerak di bidang pangan sebagian besar belum memenuhi standarisasi produk dan kemasan. Berdasarkan prosentase, IRT di bidang pangan yang tidak memiliki barcode mencapai 88,24 persen dan yang tidak memiliki inovasi produk mencapai 67,65 persen serta tanpa label 79,41 persen.

Ketersediaan pangan di Indonesia secara mandiri masih menjadi salah satu problematika yang harus dihadapi saat ini dan kedepannya. Kecenderungan masyarakat Indonesia saat ini masih bertumpu pada konsumsi pokok karbohidrat berupa nasi.⁽¹⁾ Selain itu daripada nasi, masyarakat Indonesia juga masih sangat tergantung dengan tepung teribu. Kebutuhan tepung terigu kian tahun semakin meningkat tidak hanya untuk kue, tapi juga untuk bahan dasar mie, lauk dan lain sebagainya, sementara tepung terigu kita masih sangat tergantung oleh impor.

Perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) selama 10 tahun terakhir telah mengalami perkembangan hingga 99.9% dari total unit usaha yang ada di Indonesia yang tersebar di seluruh Indonesia dengan jumlah hingga 62.9 juta unit. Bidang usaha UMKM ini terdiri atas bidang perdagangan, pertanian, peternakan, kehutanan, perikanan, pertambangan, pengolahan, bangunan, komunikasi, hotel, restaurant dan jasa-jasa lainnya.UMKM sendiri dapat dikategorikan sebagai usaha yang dimiliki oleh perorangan ataupun badan usaha yang produktif yang memenuhi criteria sebagai usaha mikro.Perkembangan ini tidak terlepas dari semakin majunya pertumbuhan UMKM seperti pemanfaatan sarana teknologi, informasi dan komunikasi, kemudahan peminjaman modal usaha, turunnya pajak PPH final. Ditengah

perkembangan UMKM yang semakin menjanjikan ini, pada awal tahun 2020 dunia diuji dengan pandemic Covid-19 yang dimulai di kota Wuhan, China. Untuk mencegah penyebaran virus Covid-19, pemerintah menarapkan kebijakan social distancing (pembatasan jarak social) dan berupaya untuk melakukan lockdown (karantina wilayah).Akibat dari kebijakan pemerintah ini,terjadi penurunan yang sangat drastic di berbagai sektor di Indonesia.Penurunan ini diakibatkan oleh diliburkannya segala aktivitas masyarakat, mulai dari aktivitas pendidikan hingga aktivitas perdagangan yang melibatkan kontak fisik dengan setiap pihak yang terlibat.Akibat bagi UMKM adalah terhambatnya kegiatan penjualan dan kegiatan produksi.(3) Fenomena pandemi COVID-19 melanda hamper seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia awal tahun 2020. Pandemi COVID-19 tidak hanya menimbulkan guncangan pada sektor kesehatan, melainkan juga pada sektor ekonomi. Pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini mau tidak mau memberikan dampak terhadap berbagai sektor. Pada tataran ekonomi global, pandemi COVID-19 memberikan dampak yang sangat signifikan pada perekonomian domestik negara-bangsa dan keberadaan UMKM.(4)

Produk makanan tidak dapat berdiri sendiri, produk makanan olahan dalam hal ini snack dan cookies sangat dipengaruhi oleh tampilan produk. Produk yang enak dan berkualitas tapi tidak didukung dengan tampilan yang baik dengan sendirinya tidak akan menarik konsumen untuk membelinya. Kemasan dapat mempengaruhi pembeli dalam memilih dan membeli suatu produk. Namun fakta di lapangan, banyak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih belum memahami pentingnya kemasan yang persuasif yang menjual. Kemasan menjadi daya tarik awal sebelum membuka isi, kemasan juga dapat berfungsi memberikan informasi akan manfaat produk yang dibungkus. Salah satu hal yang ingin dicapai melalui program pengabdian masyarakat ini adalah melatih kreativitas membuat label kemasan yang persuasif yang dapat membujuk konsumen untuk membeli produk.

Ketersediaan pangan di Indonesia secara mandiri masih menjadi salah satu problematika yang harus dihadapi saat ini dan kedepannya. Kecenderungan masyarakat Indonesia saat ini masih bertumpu pada konsumsi pokok karbohidrat berupa nasi.(3) Selain itu daripada nasi, masyarakat Indonesia juga masih sangat tergantung dengan tepung teribu. Kebutuhan tepung terigu kian tahun semakin meningkat tidak haya untuk kue, tapi juga untuk bahan dasar mie, lauk dan lain sebagainya, sementara tepung terigu kita masih sangat tergantung oleh impor.

Bekatul (bran) adalah lapisan luar dari beras yang terlepas saat proses penggilingan

gabah menjadi beras, berwarna krem atau coklat muda. Bekatul merupakan komoditi yang berasal dari kulit ari padi-padian merupakan hasil samping penggilingan padi yang telah disaring dan dipisahkan dari sekam (kulit luar gabah). Penggilingan padi menghasilkan beras sekitar 60-65% dan bekatul sekitar 8-12%. Selama ini penggunaan bekatul masih terbatas hanya sebagai pakan ternak, namun bekatul kaya kandungan zat gizi yang dapat berperan dalam bahan baku industri pangan. Kandungan zat gizi yang dimiliki bekatul yaitu protein 13,11 – 17,19 %, lemak 2,52 – 5,05 %, karbohidrat 67,58 – 72,74 %, dan serat kasar 370,91 – 387,3 kalori serta kaya akan vitamin B, terutama vitamin B1 (thiamin) [10]. Departemen Pertanian, menyebutkan bahwa ketersediaan bekatul di Indonesia mencapai 4,5 – 5 juta ton setiap tahunnya yang dapat dimanfaatkan nilai gizinya.(4)



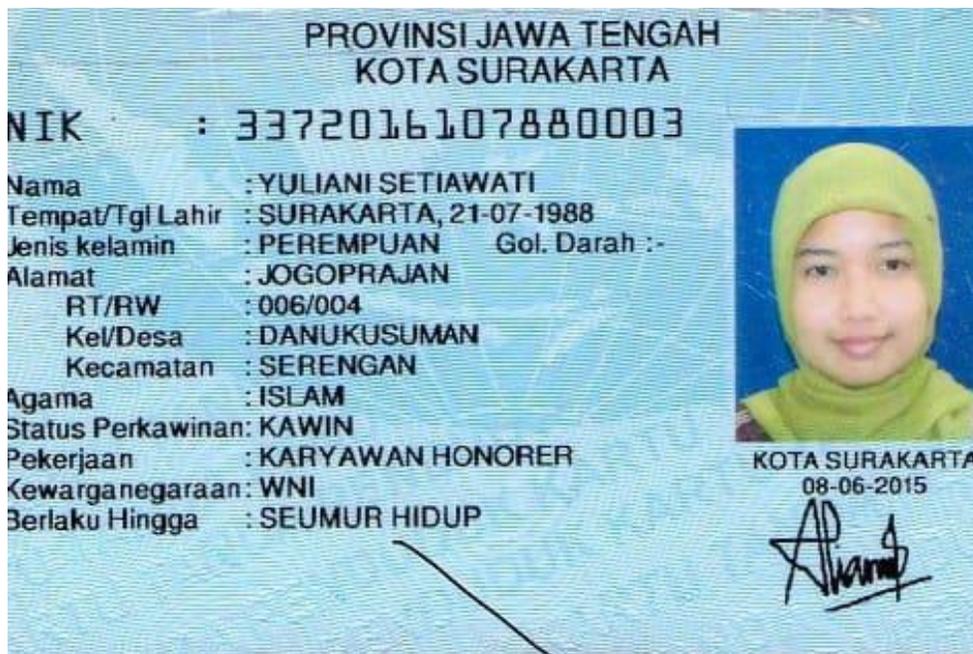
Gambar 00. Tepung Bekatul dari limbah penggilingan padi (Dok. D-Broo)

B. Gambaran Exiting Mitra

1. Profil Mitra

“DBroo Kitchen” dimiliki oleh Ibu Yuliani Setyawati, lokasi usaha terletak di Jl. Gayam No.40, RT.04/RW.04, Karangasem, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Propinsi Jawa Tengah. Omset mitra kurang lebih 7 juta perbulan, kecuali pada momen lebaran bias naik menjadi 8 sd 10 juta dengan penjualan hampers lebaran dan tambahan kue-kue kering lainnya. Modal awal usaha kurang lebih Rp 10.000.000,- untuk pembelian bahan baku produksi dan alat berupa mixer, loyang, oven, pengukus, dan lain sebagainya

Keberadaan UMKM Dbroo Kitchen secara ekonomi dapat membantu pemasukan ekonomi keluarga serta juga dapat memberikan lapangan kerja masyarakat sekitar. Bahan baku utama berupa tepung bekatul (limbah penggilingan padi) didapatkan langsung dari penggilingan padi (selepan) yang banyak dari daerah Solo, Karanganyar, Klaten dan sekitarnya. Permintaan produk makanan olahan sehat berbahan baku bekatul ini belakangan ini meningkat. Guna memenuhi kebutuhan pasar UMKM Dbroo Kitchen mempekerjakan lima orang karyawan tetap dan beberapa karyawan tambahan jika pesanan meningkat mendekati lebaran, akan tetapi karena peralatan yang relative masih sederhana kapasitas dan kualitas produksi masih belum memenuhi kebutuhan pasar.



Gambar 01. Foto Identitas Mitra Binaan (Dok. Dbroo Kitchen)



Gambar 02. Rumah produksi Mitra Binaan (Dok. Dbroo Kitchen)



Gambar 03. Rumah produksi Mitra Binaan (Dok. Dbroo Kitchen)

2. Produksi

Produksi masih terbatas, dalam satu hari rata-rata hanya mampu memproduksi 5 kg kue-kue kering, jumlah tersebut bertambah menjadi 7-10 kg setiap hari mendekati Lebaran. Peralatan juga masih relatif sederhana hasil produksi tersebut belum sepenuhnya mampu mencukupi permintaan pasar yang sangat banyak terutama pada waktu pesanan lebaran.

Produk olahan makanan dari DBroo Kitchen berupa : donat aneka topping, roti katul,

roti isi (sosis, coklat blubery, stroberi, abon) brownies, lekkerholan, puding, kue kering lebaran, bekatul eggroll (original, abon pedas, mocaf) snack box, lunchbox, jenang katul, cendol katul, pizza. Tahun ini Dbroo Kitchen akan mengembangkan produk baru berbahan Bekatu, yakni Cookies bekatul glutenfree (choco & chese), Brownies bekatul crispy, Cendol keju bekatul, Krupuk bekatul, dan Pangsit bekatul oleh karena itu perlu persiapan dan dukungan dari lembaga.



Gambar 04. Alat produksi Mitra Binaan (Dok.Haryanto)



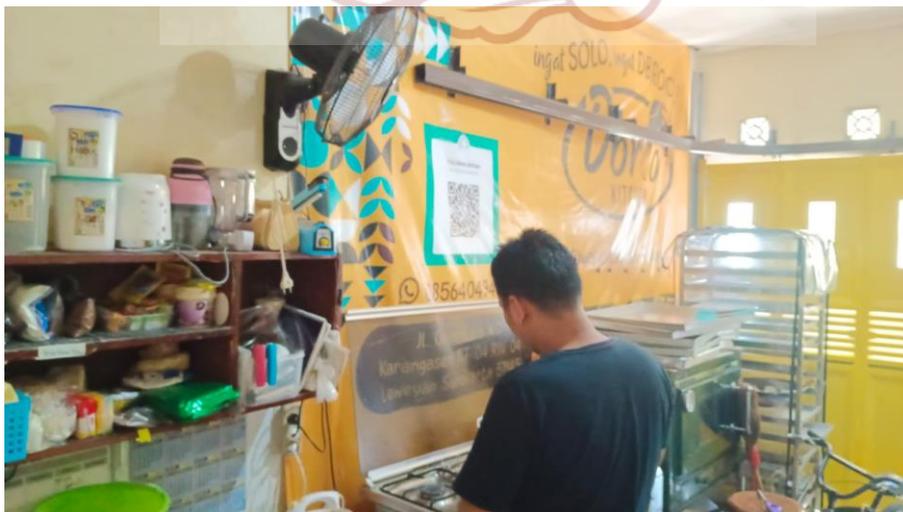
Gambar 05. Rak produksi Mitra Binaan (Dok.Haryanto)



Gambar 06. Rumah produksi Mitra Binaan (Dok.Haryanto)



Gambar 07. Rumah produksi Mitra Binaan (Dok.Haryanto)



Gambar 08. Rumah produksi Mitra Binaan (Dok.Haryanto)

3. Display Produk, Promosi dan Penjualan

Display produk masih relatif sederhana, promosi masih mengandalkan mulut ke mulut dan media sosial WA dan Instagram, penjualan online masih terbatas, penjualan langsung masih titip juala ke berbagai toko oleh-oleh di Surakarta.



Gambar 09. Display produk Mitra Binaan (Dok.Haryanto)

4. Legalitas, Potensi dan Peluang Usaha Mitra

Potensi produk makanan olahan sehat ini semakin tinggi, khususnya oleh kalangan konsumen yang paham akan manfaat serat, terutama konsumen yang menghindari kadar gula yang tinggi dari bahan baku produk gandum pada umumnya. Kemampuan produksi tidak dapat mencukupi kebutuhan tersebut.



SERTIFIKAT PRODUKSI PANGAN RUMAH TANGGA



SERTIFIKAT HALAL



SERTIFIKAT LAPORAN HASIL ANALISA



SERTIFIKAT PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN



PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RESIKO



INOVIATION INDUSTRY 2022

Legalitas izin usaha yang dimiliki sementara ini adalah Nomor Induk Berusaha, HKI merek, sertifikasi Halal, sertifikat produksi pangan rumah tangga, sertifikat laporan hasil analisa, sertifikat laporan penyuluhan pangan, sertifikat perijinan berusaha berbasis resiko, dan meraih sertifikat inovasi industri.

Penjualan sudah menasar ke beberapa mitra yakni; Toko roti ganep (supliyer donat& bekroll), RS. Muwardi, RS panti waluyo, RS. Orthopedi, RSUP (reseller donat), Mirota jogja, Krisna Bali Cabang Jogja, Alfamidi, Jaliteng Semarang, RS PKU, oleh2 Cokro, Toserdas, Javenir, Roti Papa, Makuta (reseller bekroll) dengan sistem konsinyasi maupun beli putus. Ada peluang pengembangan pasar menengah ke atas, masuk ke toko oleh-oleh, mini market dan penjualan melalui media online lainnya.

BAB II. PERMASALAN DAN SOLUSI

A. Permasalahan Prioritas.

Berdasarkan analisis situasi di atas permasalahan Mitra IRT Makanan Olahan Dbroo Kitchent tersebut adalah berikut ini;

1. Proses produksi kurang dapat berjalan dengan cepat, hal tersebut dikarenakan peralatan yang dipergunakan masih sedikit dan sederhana, perlu digunakan TTG agar kecepatan dan jumlah produksi meningkat dari 5 kg perhari menjadi 10 kg perhari atau lebih.
2. Manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran belum tertata dengan baik, masih dikelola secara kekeluargaan dan konvensional, masih campur antara kas usaha dan rumah tangga, diperlukan peningkatan manajemen yang lebih profesional dalam bidang produksi, keuangan dan pemasaran dari yang belum tertata menjadi manajemen yang akuntabel.
3. SDM masih terbatas, perlu diadakan pelatihan supaya mendapatkan SDM yang terlatih, khususnya dalam hal promosi dan penjualan secara online, dari yang belum mampu menjadi dapat mengoperasikan dengan baik. Penjualan masih dalam cakupan terbatas, perlu inovasi promosi dan penjualan yang kemajuan teknologi informasi guna mengembangkan pasar yang lebih luas.

4. Materi promosi masih terbatas, perlu dikembangkan dengan materi tambahan berupa sosial media online yang lebih menarik dan luas dengan media sosial yang sesuai dengan segmentasi pasar. Mitra memiliki media promosi yang lebih menarik khususnya di media sosial.

B. Solusi Permasalahan

Berdasarkan Permasalahan Prioritas di atas permasalahan Mitra IRT Makanan Olahan Dbroo Kitchen maka dari diskusi tim dengan mitra solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan dan pelatihan TTG agar kecepatan dan jumlah produksi meningkat dari 5 kg perhari menjadi 10 kg perhari atau lebih.
2. Manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran belum tertata dengan baik, masih dikelola mulai dikelola secara profesional sehingga tidak tercampur antara kas usaha dan rumah tangga, diperlukan pelatihan keuangan yang lebih profesional dalam bidang produksi, dan pemasaran dari yang belum tertata menjadi manajemen yang akuntabel.
3. Perlunya pelatihan supaya mendapatkan SDM yang terlatih, khususnya dalam hal promosi dan penjualan secara online, dari yang belum mampu menjadi dapat mengoperasikan dengan baik.
4. Materi dan aktifitas promosi masih terbatas baik offline maupun online, perlu dikembangkan dengan materi tambahan berupa sosial media online yang lebih menarik dan luas dengan media sosial yang sesuai dengan segmentasi pasar. Mitra sebaiknya memiliki media promosi yang lebih menarik khususnya di media sosial.

BAB III. METODOLOGI PELAKSANAAN

A. Metode Pendekatan untuk Mengatasi Permasalahan

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra yang telah disepakati adalah dengan cara:

1. Diskusi terkait permasalahan dan rekomendasi solusi yang ditawarkan
2. **Pelatihan ketrampilan desain, manajemen dan pemasaran online**
3. Pendampingan dalam produksi dan pemasaran

4. Evaluasi kegiatan yang dilakukan secara berkala, berbasis luaran yang terukur.

Rencana kegiatan yang menunjukkan langkah-langkah solusi dalam pemberdayaan masyarakat berbasis seni budaya berupa:

1. Pembuatan desain display penjualan dan kemasan produk yang lebih menarik sesuai segmentasi pasar.
2. Pembuatan media promosi online di media sosial yang menarik
3. Pembuatan materi promosi offline yang menarik berupa spanduk, leaflet, serta video profil.
4. Pelatihan promosi dan penjualan secara online
5. Pelatihan manajemen UKM sederhana
6. Monitoring dan evaluasi

Tahap-tahap Kegiatan:

1. Persiapan dan Koordinasi
 - a. Persiapan dan koordinasi TIM PT dilakukan sebelum memulai aktifitas dilapangan
 - b. Koordinasi dengan mitra dibutuhkan agar dapat menggali lagi potensi dan kebutuhan dari mitra
2. Pelatihan
 - a. Pelatihan penggunaan dan bantuan alat yang lebih modern agar kecepatan dan jumlah produksi meningkat.
 - b. Pelatihan Manajemen UKM sederhana dan pemasaran agar lebih profesional dalam mengatur produksi, keuangan dan pemasaran
 - c. Pelatihan penjualan yang memanfaatkan teknologi informasi dan pembuatan akun, sosial media dan marketplace guna mengembangkan pasar yang lebih luas.
3. Pembuatan rak display, kemasan, cetak media promosi yang menarik.

B. Partisipasi mitra,

Kegiatan ini membutuhkan partisipasi aktif dari mitra, baik pada tahap diskusi, pelatihan, implementasi kegiatan, pengembangan usaha serta evaluasi capaian kegiatan dari keberlanjutan program kegiatan PKM yang dilaksanakan. Mitra sudah menyatakan kesanggupan untuk proaktif guna keluar dari masalah yang dihadapi.

1. Motivasi yang tinggi dari mitra dalam kegiatan

2. Komitmen peran aktif mitra dalam pelatihan
3. Komitmen mitra dalam menjaga dan mengembangkan aset hibah
4. Komitmen untuk konsultasi aktif dalam proses maupun pasca kegiatan PKM
5. Menyediakan bahan baku produksi dan bahan tambahan

C. Evaluasi Pelaksanaan Program Dan Keberlanjutan Program

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan berupa:

1. Konsultasi usaha
2. Melibatkan mitra dalam kegiatan interna maupun eksternal kamua
3. MOU, MOA, dan AI ssebagai mitra binaan

D. Target Luaran Kegiatan

Luaran kegiatan selain dalam bentuk laporan kemajuan dan laporan akhir, ada beberapa target luaran terukur lain dari kegiatan ini:

1. Luaran Wajib
 - a. Naskah publikasi ilmiah (Submitted) di jurnal terindeks Sinta
 - b. Laporan hasil dan presentasi hasil PKM Kemitraan
 - c. Surat Keterangan Penerapan IPTEKS dari mitra
2. Luaran Tambahan
 - a. Publikasi di media massa
 - b. Kekayaan Intelektual (KI) Submitted
3. Luaran Lainnya
 - a. Produk Desain

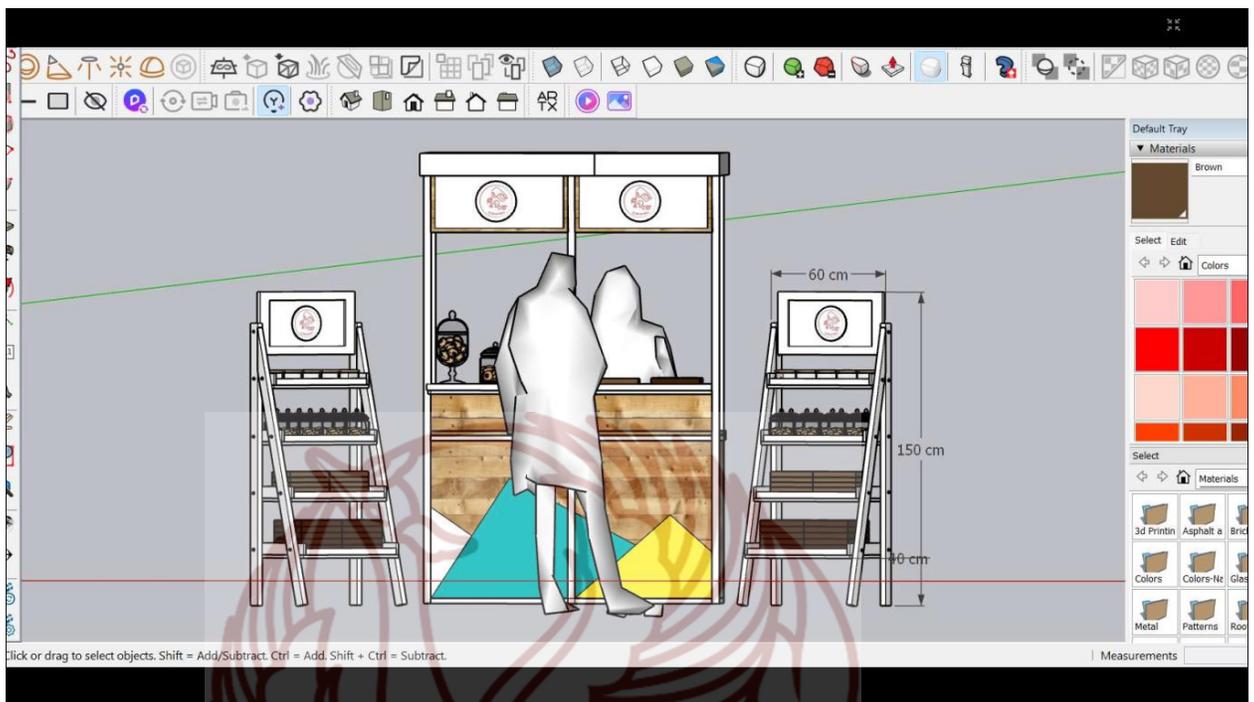
- b. Naskah publikasi kegiatan pada media masa
- c. Produk desain baru (kemasan dan booth)
- d. Produk video profil dan materi publikasi
- e. Peningkatan pemahaman dan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi informasi, khususnya untuk promosi dan penjualan.
- f. Peningkatan omset usaha setelah sebelumnya menurun akibat pandemi.
- g. Perbaiki akun market place dan media sosial
- h. Memiliki pengelolaan manajemen usaha yang lebih baik

E. Peran dan Tugas Masing-Masing Anggota Tim Sesuai Kompetensinya dan Penugasan Mahasiswa.

No	NAMA	PERAN	KOMPETENSI	TUGAS
1.	Dr. Sri Hesti Heriwati, M.Hum.	Ketua TIM	Leadership dan kewirausahaan	Koordinator Tim Motivasi Kewirausahaan
2.	Eko Sri Haryanto, S.Sn, M.Sn	Anggota 1	Desain Display Produk dan Koordinator Pelatihan	Produksi, Kemasan Desain Materi Promosi.
3.	Indriati Suci Pravitasari, M.Sn	Anggota 2	Desain media promosi online dan offline	Videografi, Desain Produk Booth Pembuatan Video Profil dan Video Promosi
4.	Moh. Krismanto	Mahasiswa 1	Skill drawing dan rendering desain	Mendukung Pekerjaan desain
5	Gilang Ardiningrum	Mahasiswa 2	Public speaking dan teknis	Mendukung Pelatiahn dan operator akun mitra

BAB IV. HASIL KEGIATAN

A. Perancangan Rak Display



Gambar 11. Desain Rak Display



Gambar 12. Desain Rak Display Render View 1

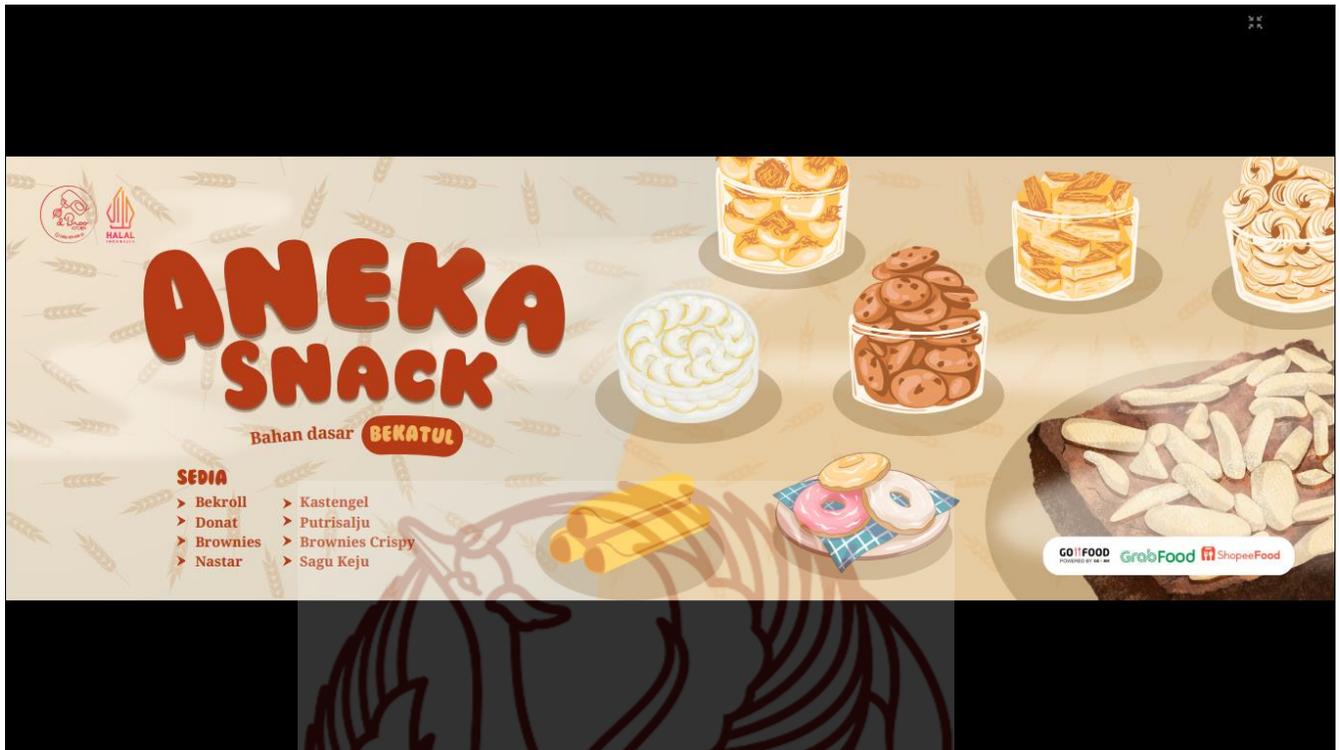


Gambar 13. Desain Rak Display Render View 2



Gambar 14. Desain Rak Display Render View 3

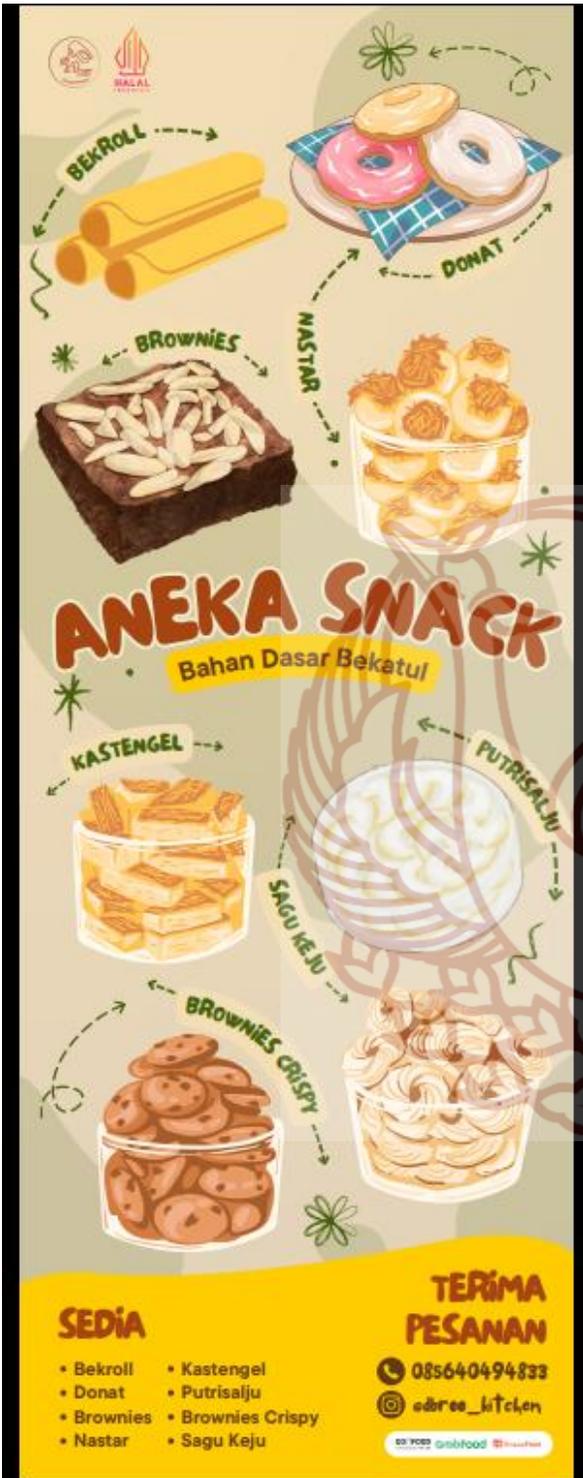
B. Perancangan Media Promosi



Gambar 15. Media Promosi Spanduk 1



Gambar 16. Media Promosi Spanduk 1



Gambar 17. Media Promosi X Banner



Gambar 18. Media Promosi Alt. Kartu Nama

DAFTAR PUSTAKA

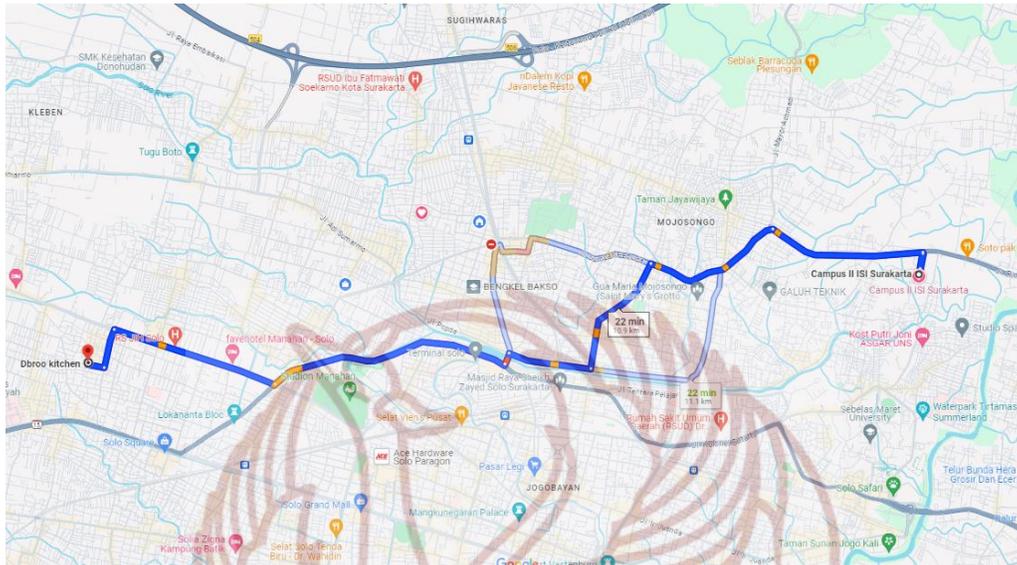
1. Hertina D, Hendiarto S, Wijaya JH. 1* 2 3. 2021;3(2):110–6.
2. Silfia B, Utami A. Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. 2021;03(1):1–7.
3. Jumrotul Aqobah Q, Amalia SR, Purnata F, Setio Aji ME, Subiantoro HGP. Peningkatan Potensi Tepung Mocaf Sebagai Upaya Diversifikasi Pangan Pada Desa Majau. To Maega J Pengabdian Masy. 2022;5(2):315.
4. Luthfianto D, Noviyanti RD, Kurniawati I. Karakterisasi Kandungan Zat Gizi Bekatul Pada Berbagai Varietas Beras Di Surakarta. Urecol [Internet]. 2017;371–6. Available from: <https://journal.unimma.ac.id/index.php/urecol/article/view/1542>



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Lokasi Wilayah Mitra

Mitra terletak 10 km di Barat Kampus II ISI Surakarta, perjalanan dengan kendaraan darat kurang lebih 22 menit.



Gambar 10. Jarak mitra dari Kampus II Isi Surakarta (Sumber. Google Map)

Lampiran 6. Produk Dbroo Kitchen



TABLE OF CONTENTS

Our Company 01

Our History 02

Vision and Mission 03

Philosophy Logo 04

Product 07

SWOT 11

Certification, Training
and Achievements 14

Dbroo Kitchen
Company Profile

OUR COMPANY

Dbroo Kitchen, merupakan UMKM yang telah kami dirikan sejak tahun 2020 dan masih berjalan sampai saat ini. Usaha kami memiliki tagline ikonik, "Istimewa di Setiap Gigitannya". Dalam menjalankan usaha kami terinspirasi dengan keinginan menjadi seorang entrepreneur yang mampu bersama-sama mengembangkan sebuah usaha dengan dukungan dari masyarakat dan memaksimalkan potensi bahan baku lokal (limbah kulit padi).

Usaha kami berfokus pada pengolahan makanan yang enak sehat dan banyak diminati, dan produk unggulan kami dibuat dari bahan dasar kulit padi atau bekatul, sehingga menghasilkan makanan ringan atau snack yang memiliki citarasa tradisional namun dikemas dengan model cemilan kekinian. Kami berharap ini mampu mengangkat identitas Dbroo Kitchen menjadi lebih eksis di masyarakat.



Yuliani Setiawati

Owner Dbroo Kitchen

Dbroo Kitchen, is an UMKM that we have established since 2020 and is still running until now. Our venture has an iconic tagline, "Special in Every Bite". In running our business, we are inspired by the desire to become entrepreneurs who are able to jointly develop a business with the support of the community and maximize the potential of local raw materials (rice bran waste).

Our business focuses on processing food that is delicious, healthy and in great demand, and our superior products are made from the basic ingredients of rice bran or rice bran, resulting in snacks that have a traditional taste but are packaged in a modern snack model. We hope this can elevate Dbroo's identity. Kitchen has become more exist in the community.

OUR HISTORY



Dbroo Kitchen, didirikan oleh Ibu Yuliani Setiawati pada tahun 2020 di Kota Solo. Memulai sebuah bisnis merupakan hal yang sulit bagi kami, karena kami tidak memiliki latar belakang pendidikan maupun pengalaman berbisnis sebelumnya, Namun dengan tekad dan niat yang kuat kami berhasil mendirikan usaha ini. Berawal ketika memutuskan resign dari pekerjaan lama dan memulai untuk membuka usaha. Pada awal berdirinya Dbroo Kitchen kami hanya memproduksi donat untuk dititipkan ke pasar tradisional dan warung makan. Namun seiring berjalannya waktu kami mulai mengembangkan usaha dengan menambahkan menu seperti, aneka hampers, brownies, snack box, nasi box, dan produk unggulan kami adalah BEKROLL (bekatul egg roll). Kami meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar, akhirnya usaha yang dibangun dengan kerja keras ini mampu berkembang dengan baik

Dbroo Kitchen, founded by Mrs. Yuliani Setiawati in 2020 in the city of Solo. Starting a business is a difficult thing for us, because we do not have an educational background or previous business experience. However, with strong determination and intention, we succeeded in establishing this business. It started when I decided to resign from my old job and started to open a business. At the beginning of our establishment, Dbroo Kitchen only produced donuts to be entrusted to traditional markets and food stalls. However, over time we started to expand our business by adding menus such as various hampers, brownies, snack boxes, rice boxes, and our main product is BEKROLL (bran egg roll). We improve product quality to be able to compete in the market, in the end this business that was built with hard work was able to develop well



VISI

Menjadi UMKM yang menghasilkan produk berkualitas dengan harga terjangkau melalui pemanfaatan limbah kulit padi sebagai bahan baku utama guna menaikkan nilai dan manfaat dari bekatul sehingga UMKM Dbroo Kitchen menjadi UMKM yang bersinergi dengan lingkungan.

Become a small and medium business that produces quality products at affordable prices through the use of rice skin waste as the main raw material to increase the value and benefits of bran so that the Dbroo Kitchen business becomes a business that synergizes with the environment



MISI

1. Menggunakan bahan baku 100% lokal.
 2. Meningkatkan sistem manajemen dampak lingkungan.
 3. Menerapkan sistem quality control yang berkelanjutan
 4. Membina dan memberdayakan SDM di lingkungan sekitar UMKM.
 5. Melakukan inovasi dalam proses pengembangan produk
 6. Memanfaatkan teknologi produksi terkini.
1. Using 100% local raw materials.
 2. Improving environmental impact management systems.
 3. Implement a sustainable quality control system
 4. Fostering and empowering human resources in the environment around small and medium bussines.
 5. Inivation in the product development process
 6. Utilizing the latest production technology.





PHILOSOPHY LOGGO

DBROO

Dbroo, Nama ini Terdiri dari D dan Broo, D disini memiliki makna The dalam bahasa inggris yang artinya ini, arti kata the juga merujuk pada sesuatu yang sudah pasti.

Broo sendiri dipilih karena terinspirasi dari nama perusahaan swasta tempat saya dulu bekerja.

KITCHEN

Kitchen dalam bahasa inggris memiliki makna yaitu dapur. Pemilihan kata ini dimaksudkan bahwa kami adalah perusahaan yang bergerak dalam pengolahan makanan. Dengan pemilihan kata ini kami berharap bahwa perusahaan kami menjadi perusahaan yang bisa menghasilkan berbagai olahan yang enak, sehat dan bergizi meskipun hanya dimasak di dapur yang sederhana.

DBROO

Dbroo, This Name Consists of D and Broo, D here has the meaning of The in English which means this, the meaning of the word the also refers to something that is certain.

Broo himself was chosen because it was inspired by the name of the private company where I used to work.

KITCHEN

Kitchen in English means kitchen. This choice of words means that we are a company engaged in food processing. With this choice of words we hope that our company becomes a company that can produce a variety of delicious, healthy and nutritious preparations even though it is only cooked in a simple kitchen.





PHILOSOPHY LOGGO

IKON MIXER

Ikon mixer memiliki makna bahwa olahan kami kebanyakan memakai mixer dalam berproduksi, selain itu pemilihan mixer juga menandakan olahan kami berupa kue, donat, brownies dan aneka makanan lain yang membutuhkan mixer dalam pembuatannya.

WARNA COKLAT

Warna coklat melambangkan kesan rasa hangat, nyaman, aman, kuat mampu diandalkan, kami berharap dengan pini bisnis kami mampu dindalkan bagi konsumen. Warna coklat kami pilih karena warna ini identik dengan tanah dan bumi, kami juga berharap bisnis ini terus mengangkat eco freindly sehingga tidak menghasilkan limbah dan polusi bagi bumi.

MIXER ICON

The mixer icon means that our preparations mostly use mixers in production, besides that the selection of mixers also holds our preparations in the form of cakes, donuts, brownies and various other foods that require mixers in their manufacture.

BROWN COLOUR

Brown color symbolizes the impression of warmth, comfort, security, strong reliable, we hope that with pini our business can be masterminded for consumers. We chose brown color because this color is synonymous with soil and earth, we also hope this business continues to raise eco freindly so that it does not produce waste and pollution for the earth.





OUR PRODUCT

Dbroo Kitchen
Company Profile

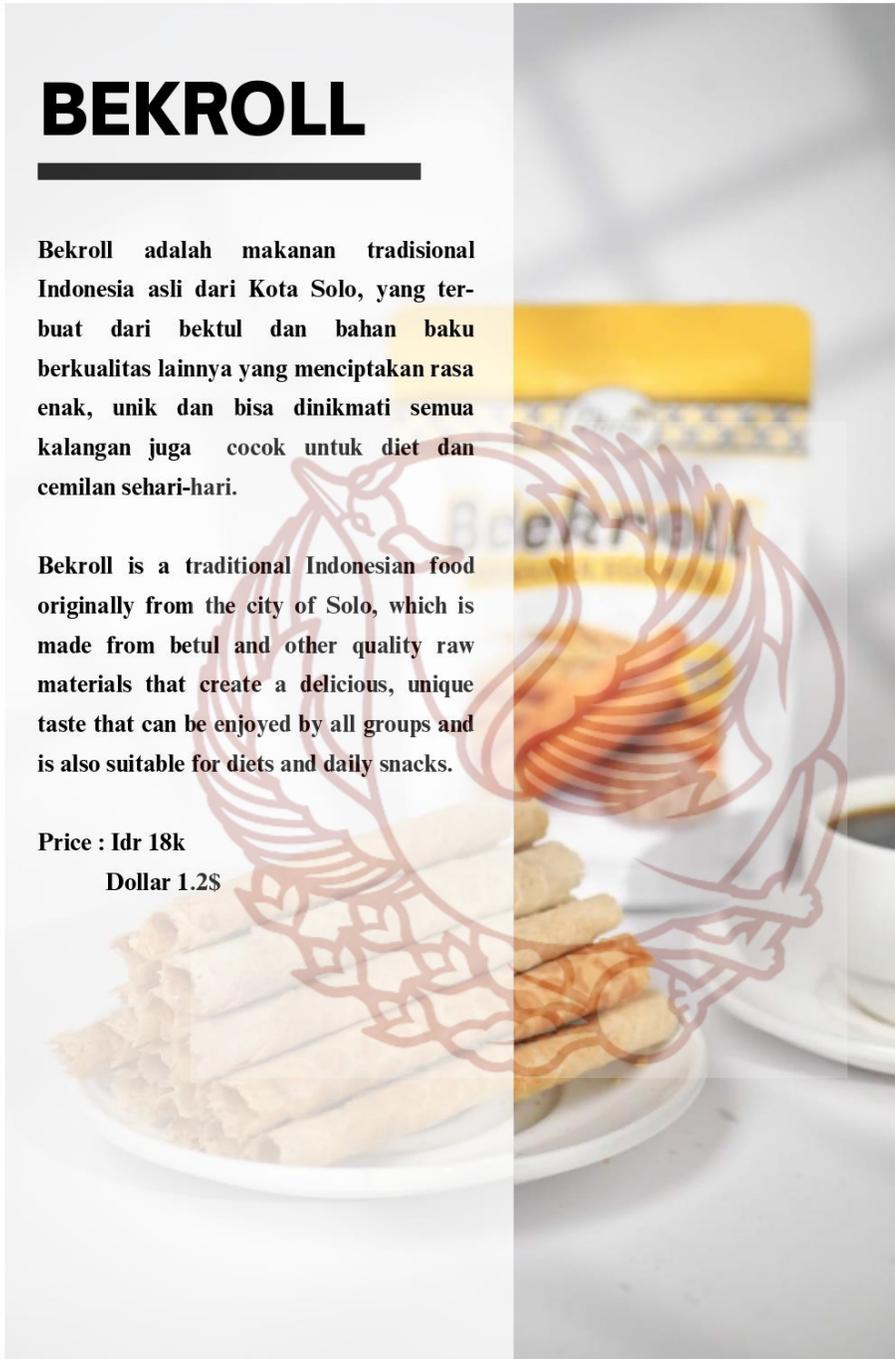
BEKROLL

Bekroll adalah makanan tradisional Indonesia asli dari Kota Solo, yang terbuat dari bektul dan bahan baku berkualitas lainnya yang menciptakan rasa enak, unik dan bisa dinikmati semua kalangan juga cocok untuk diet dan cemilan sehari-hari.

Bekroll is a traditional Indonesian food originally from the city of Solo, which is made from betul and other quality raw materials that create a delicious, unique taste that can be enjoyed by all groups and is also suitable for diets and daily snacks.

Price : Idr 18k

Dollar 1.2\$



DONUTS

Donat kami dibuat dari bahan berkualitas ,tanpa pengawet,yang menghasilkan rasa empuk dan aroma yang menggoda. Kami menyediakan donat dengan topping yang beraneka rasa menyesuaikan selera konsumen.

Our donuts are made from quality ingredients, without preservatives, which produce a soft taste and a tempting aroma. We provide donuts with various toppings according to consumer tastes

Price : Idr 22k
Dollar 1,43 \$

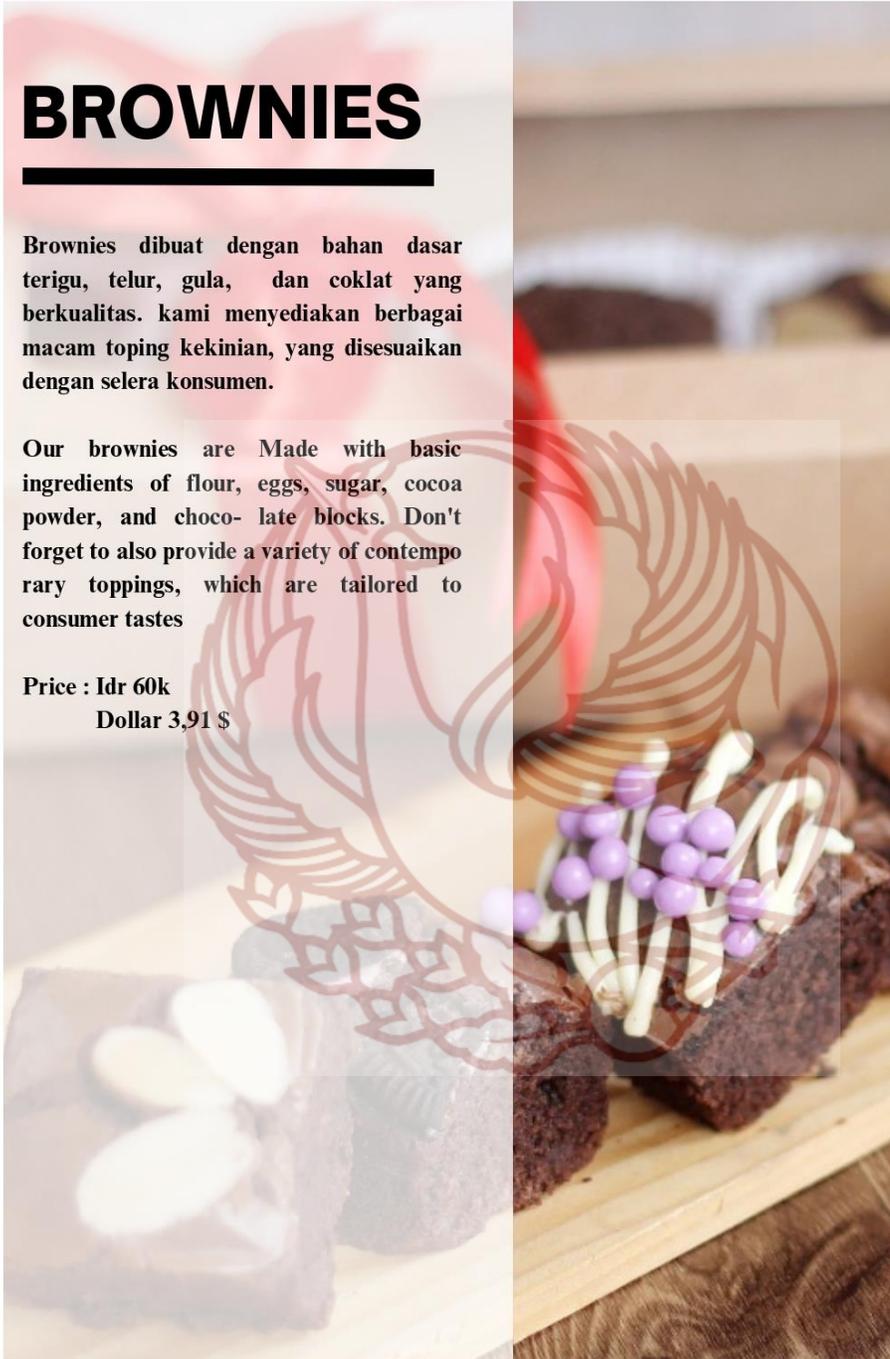


BROWNIES

Brownies dibuat dengan bahan dasar terigu, telur, gula, dan coklat yang berkualitas. kami menyediakan berbagai macam topping kekinian, yang disesuaikan dengan selera konsumen.

Our brownies are Made with basic ingredients of flour, eggs, sugar, cocoa powder, and chocolate blocks. Don't forget to also provide a variety of contemporary toppings, which are tailored to consumer tastes

Price : Idr 60k
Dollar 3,91 \$



KUE KERING

Kami mengolah berbagai jenis kue kering diantaranya nastar, kastengel, putrisalju, brownies crispy, dan sago keju. Kami menggunakan bahan baku berkualitas, terigu, telur, margarin, gula, keju, dan susu. Kami selalu berinovasi menyesuaikan kebutuhan konsumen, kami juga menyediakan kue kering berbahan gluten free untuk konsumen yang alergi dengan terigu, dan kami juga membuat dengan bahan kulit padi (bekatul) untuk konsumen yang sedang diet atau memiliki riwayat diabetes.

We process various types of pastries including nastar, kastengel, snow princess, crispy brownies, and sago cheese. We use quality raw materials, flour, eggs, margarine, sugar, cheese, and milk. We always innovate according to consumer needs, we also provide pastries made from gluten free for consumers who are allergic to flour, and we also make rice bran ingredients for consumers who are on a diet or having a history of diabetes.

Price : Idr 40k
Dollar 2,6 \$



Halaman 10

SWOT



OPORTUNITY

- Memiliki sumber daya yang berlimpah karena menggunakan limbah kulit padi sehingga mampu meminimalkan biaya produksi
- Respon positif dari masyarakat dan dukungan dari pemerintah untuk penggunaan limbah kulit padi sehingga mengurangi limbah di masyarakat

THREAT

- Banyaknya pesaing
- Beberapa produk memiliki daya tahan yang rendah dan mudah remuk
- Produk mudah ditiru

OPORTUNITY

- Has abundant resources because it uses rice skin waste so as to minimize production costs
- Positive response from the community and support from the government for the use of rice skin waste so as to reduce waste in the community

THREAT

- The abundance of competitors,
- Some products have low durability and are easily crushed,
- Products are easy to imitate

SWOT



STRENGTH

- Produk premium dengan harga terjangkau
- Desain kemasan yang menarik
- Kualitas bahan baku terjamin
- Memiliki banyak varian
- Memanfaatkan social media dan e-commerce dalam penjualan produk

WEAKNESSES

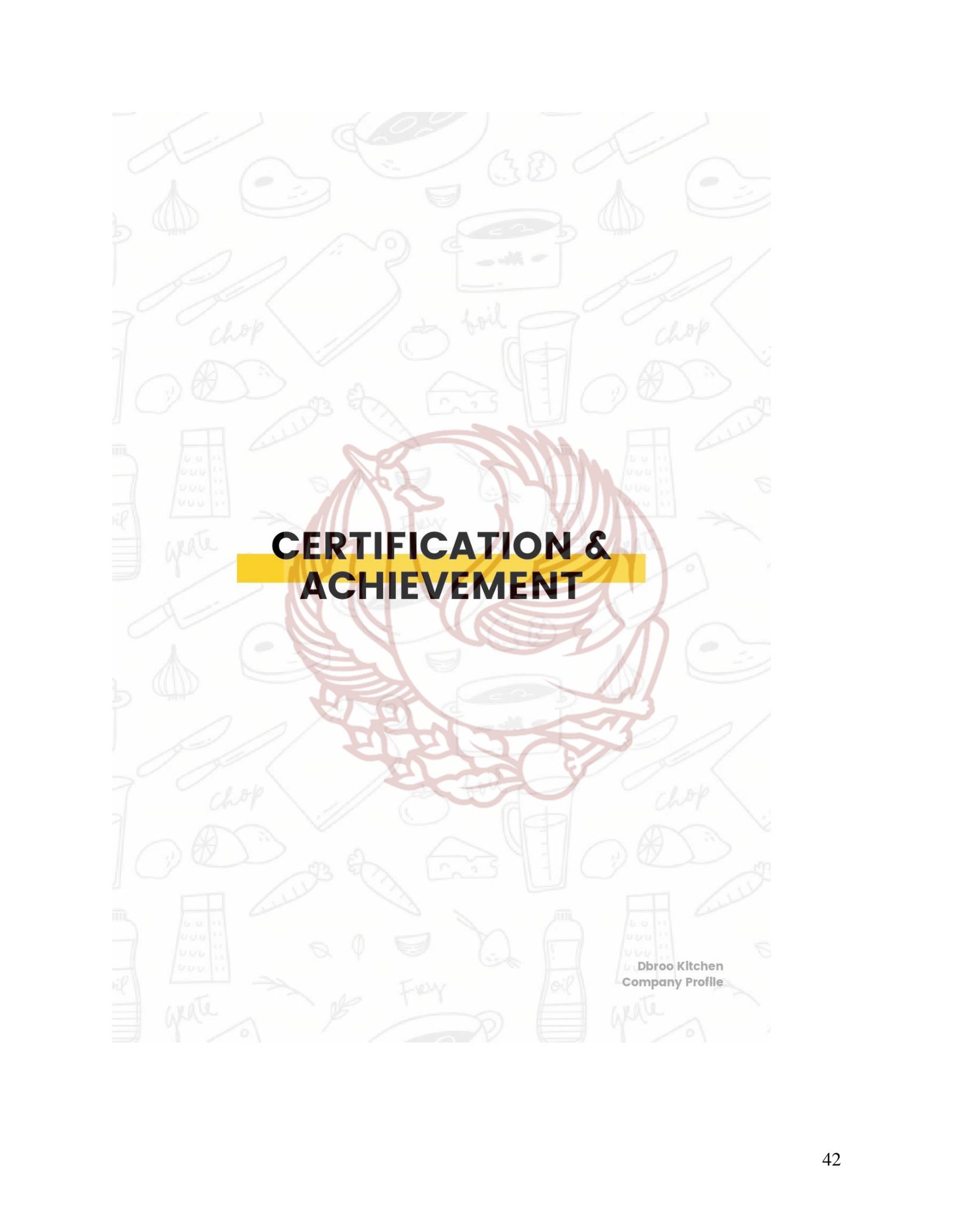
- Kurang optimal dalam penjualan e-commerce
- Lokasi yang kurang strategis
- Keterbatasan SDM yang menyebabkan kurang optimalnya pengelolaan manajemen waktu

STRENGTH

- Premium products at affordable prices,
- Attractive packaging design,
- The quality of raw materials is guaranteed,
- Has many variants,
- Utilizing social media and e-commerce in product sales

WEAKNESSES

- Suboptimal in e-commerce sales,
- Less strategic location,
- Limited human resources that cause suboptimal time management



CERTIFICATION & ACHIEVEMENT

Dbroo Kitchen
Company Profile



**SERTIFIKAT PRODUKSI
PANGAN RUMAH TANGGA**

SERTIFIKAT HALAL

**SERTIFIKAT LAPORAN
HASIL ANALISA**

**SERTIFIKAT PENYULUHAN
KEAMANAN PANGAN**

**PERIZINAN BERUSAHA
BERBASIS RESIKO**

**INOVATION
INDUSTRY 2022**

DBROO KITCHEN

Kelompok
UMKM
KRESNA

CONTACT US!



085640494833



Yuliani Setiawati



dbroo_kitchen



Jl. Gayam No.40 RT 04 RW 04, Karangasem,
Laweyan, Surakarta, Jawa Tengah 57145

AVAILABLE ON

GO  FOOD  GrabFood  Shopee

ingat SOLO, ingat DBROO!

ISTIMEWA DI SETIAP GIGITANNYA