



Contents lists available at [Journal IICET](#)

**JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)**

ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)

Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi>



## Mengoptimalkan pengetahuan tim pemberdayaan kesejahteraan keluarga (PKK) dalam produksi kue tradisional di era modern: studi kasus di Malang

Gumoyo Mumpuni Ningsih<sup>\*</sup>, Harun Rasyid  
Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received Mar 02<sup>nd</sup>, 2024

Revised May 24<sup>th</sup>, 2024

Accepted June 27<sup>th</sup>, 2024

#### Keywords:

Production  
Traditional cake  
Production management  
Marketing management

### ABSTRACT

The traditional cake business is very promising. Processing raw materials into semi-finished or partially finished goods produces products with high market value. Therefore, this study presents the results of counseling aimed at improving the knowledge of PKK mothers regarding traditional cake production. The purpose of this research is to optimize the knowledge of mothers about the making of traditional cakes, production management, financial management, and marketing management. The research used descriptive qualitative analyses approach which was conducted in PKK RT 03/RW 02, Tlogo Mas Village, Lowok Waru Subdistrict, Malang City. The study lasted for 8 months. The population in this study was PKK mothers from RT 03/RW 02 in Tlogo Mas Village, Malang. Sampling was done through census (total sampling) with a sample size of 36 people. The data source used was primary data, namely the results of counseling and interviews with PKK mothers. The research results show that PKK mothers have good knowledge in the production of traditional cakes and are interested in running the business after receiving counseling. They have started implementing marketing management by organizing cake production according to market demand and learning to manage finances by recording production costs. However, there are still shortcomings in calculating labor and transportation costs. Nevertheless, these steps contribute positively to increasing family income and business development in the future.



© 2024 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

### Corresponding Author:

Gumoyo Mumpuni Ningsih,  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Email: [gumoyo@umm.ac.id](mailto:gumoyo@umm.ac.id)

## Pendahuluan

Maraknya makanan cepat saji dan restoran modern menjadikan bisnis kue tradisional sangat menjanjikan. Potensi pasarnya besar mengingat jumlah penduduk yang terus meningkat (Dewi & Berlianti, 2018). Makanan atau kue tradisional tidak pernah kehilangan pamor dan pasarannya (Mardatillah, 2016) (Perwira, 2017). Kue tradisional yang biasa disebut jajanan lokal tidak hanya dapat ditemukan di pasar tradisional, namun juga di pusat perbelanjaan modern seperti mall dan supermarket (Mulyantomo et al., 2021). Maklum saja, rasa kue tradisional paling cocok dengan lidah orang Indonesia. Kue dan makanan tradisional memang memiliki cita rasa yang berbeda jika dibandingkan dengan makanan luar negeri. Meskipun masakan luar negeri sangatlah kuat di Indonesia, namun kue-kue tradisional telah mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia (Rahmawaty & Maharani, 2018) (Rosa, 2022). Mengolah bahan-bahan mentah menjadi setengah jadi atau barang setengah

jadi diproduksi menjadi produk yang memiliki nilai jual tinggi (Stj & Mufidah, 2021)(Nafanu & Afoan, 2021).. Maka daripada itu kami memiliki ide untuk mengajak ibu-ibu PKK membuka usaha yang memiliki nilai jual tinggi yakni memproduksi kue tradisional.

Masyarakat Indonesia sejak dahulu kala sudah memiliki budaya tentang makanan tradisional yang enak. Berbagai daerah di Indonesia mempunyai beranekaragam masakan, jajanan dan minuman tradisional yang lezat, sehat dan aman (Wardi et al., 2020). Untuk bisnis kue tradisional tidaklah sulit. Bahan bakunya bisa diperoleh dari pasar tradisional. Namun jika ingin menjaga kualitas dan cita rasa, pihak pengolah bisa mendatangkan bahan baku langsung dari daerah asal makanan tradisional tersebut (Ichsan et al., 2023). Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya potensi penurunan kualitas makanan tradisional yang dapat berdampak pada menurunnya jumlah industri kue tradisional (Harsana & Triwidayati, 2020)(Harsana et al., 2019). Sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas dari segi cita rasa oleh produsen.

Kelurahan Tlogo mas, Kecamatan Lowok Waru, Kota Malang, sebelum tahun 2008 merupakan daerah yang banyak terdapat industri kompor minyak tanah. Mayoritas ibu rumah tangga biasanya bekerja di pabrik kompor minyak tanah. Namun sayang, kebijakan pemerintah mengenai penggunaan gas untuk rumah tangga, membuat pabrik kompor minyak tanah ditutup karena tidak ada lagi yang membeli kompor minyak tanah. Membuat ibu rumah tangga dan suaminya akhirnya menganggur. Jika hal ini dibiarkan terus menerus, maka dapat membuat rumah tangga menjadi miskin. Sehingga perlu adanya ide bisnis baru untuk menanggulangi jumlah pengangguran salah satunya dengan membuka bisnis makanan atau jajanan tradisional melalui komunitas ibu-ibu PKK di wilayah tersebut.

Untuk itu ibu-ibu rumah tangga yang biasanya tergabung dalam organisasi PKK perlu diberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan kue tradisional hingga memasarkannya, sehingga mampu melakukan usaha kue tradisional sehingga pendapatan rumah tangga meningkat dan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Dari segi pasar dan pemasaran, pasar kue memiliki prospek yang cerah karena setiap orang butuh makan (Anik, 2021). Sasaran konsumen dari kue tradisional bisa mencakup lintas sektor seperti kalangan rumah tangga, pelajar, pekerja, maupun wisatawan yang berkunjung ke kota Malang. Prospek bisnis kue memiliki waktu yang fleksibel dan bisa dilakukan kapan pun bagi seorang ibu rumah tangga. Harga dari kue tradisional juga cukup ekonomis untuk berbagai kalangan (Anik, 2021).

Kue tradisional per buahnya dijual antara Rp 500,- hingga Rp 2000,- per buah, sehingga sangat terjangkau untuk semua kalangan. Prospek pemasarannya sangat cerah karena dekat dengan sekolah dan kampus yang sangat membutuhkan kue untuk dikonsumsi saat jam istirahat (Hasibuan et al., 2023). Berdasarkan aspek produksinya, kue tradisional dapat diproduksi setiap hari karena kuenya tidak bergantung pada musim. Namun, sayangnya sampai saat ini belum ada yang memproduksinya karena belum mengetahui cara dan variasi yang tepat dari kue tradisional, yang mereka lakukan hanyalah seadanya saja. Mereka tidak mau berbisnis pembuatan kue tradisional, karena takut merugi. Dalam hal manajemen bisnis, belum ada yang melakukan manajemen bisnis karena belum pernah melakukannya, dan ingin bisa. Manajemen bisnis di sini meliputi manajemen produksi, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran (Setyaningsih, 2021)(Hasan & Rizkiana, 2018)(Wiratama, 2013).

Namun, rendahnya pengetahuan terkait manajemen bisnis bagi komunitas ibu PKK menjadi salah satu factor yang memperlambat berkembangnya bisnis kue tradisional di Kelurahan Tlogo Mas. Berdasarkan analisis situasi dari berbagai aspek, permasalahan mitra adalah sebagai berikut: 1) Ingin produksi tapi tidak punya modal untuk membeli bahan. 2) Belum ada peralatan produksi. 3) Belum tahu cara membuat kue tradisional yang benar, tinggal membuatnya saja. 4) Tidak ada manajemen keuangan. 5) Belum ada manajemen pemasaran. 6) Belum ada manajemen produksi.

Kesuksesan dari bisnis kue tradisional juga dipengaruhi oleh selarasnya antara pasangan mitra. Diantaranta adalah meminimalisir permasalahan antar pasangan mitra. Prioritas yang harus diselesaikan adalah Ketika muncul permasalahan pasangan mitra. Berdasarkan analisis situasi dan hasil diskusi dengan mitra, permasalahan yang ingin segera diselesaikan oleh mitra adalah: 1) Baik Mitra I maupun Mitra II semuanya ingin diajari teknologi pembuatan dan pemasaran kue serta ingin dibantu dengan modal yaitu memproduksi. Artinya, mereka mau diberi modal berupa bahan baku dan alat produksi, seperti blender. 2) Manajemen produksi untuk pengendalian kualitas produksi. Standar operasional pembuatan kue masih memproduksi apa adanya. 3) Manajemen pemasaran belum mampu. Padahal ujung tombak dalam bisnis adalah pemasarannya. 4) Tidak mampu mengelola keuangan. Mitra ingin dapat segera mengatur keuangan agar dapat mengetahui besaran biaya dan pendapatan sebenarnya, sehingga dapat menghemat biaya untuk membeli alat produksi atau mengembangkan usahanya.

Dalam menentukan prioritas penyelesaian permasalahan yang dihadapi bisnis mitra, pengusul dan mitra membuat kesepakatan dalam pelaksanaan program IBM. Adanya program yang dilaksanakan ini diharapkan

dapat meningkatkan pengetahuan ibu-ibu PKK dalam produksi kue tradisional. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Herawati et al., 2020) menyatakan bahwa setelah dilaksanakannya program pengabdian masyarakat ini, motivasi berwirausaha, kemampuan menggunakan media digital, dan kemampuan pengelolaan keuangan dengan fintech peserta naik dengan nilai rata-rata 71.25%. Didukung oleh (Mulyono, 2017) yang menyatakan juga bahwa peningkatan pengetahuan bagi ibu-ibu PKK pemanfaatan TOGA sebagai jahe bubuk instan dilakukan dengan metode demonstrasi dan menyediakan hasil bubuk jahe instan yang dikemas dalam toples kecil dan beberapa hasil olahan seperti klepon dan minuman jahe. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, kebaruan penelitian ini adalah lokasi penelitian yang dilakukan di PKK RT 03/RW 02 Kelurahan Tlogo Mas Kecamatan Lowok Waru Kota Malang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengetahuan ibu-ibu tentang pembuatan kue tradisional, manajemen produksi, pengelolaan keuangan, dan manajemen pemasaran.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pada dasarnya penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya situasi dan kondisi dengan hubungan yang ada, pendapat-pendapat yang berkembang (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021). Pendekatan secara kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang atau sumber yang diamati (Charisma et al., 2022). Teknik pengolahan data kualitatif yaitu dengan mengumpulkan data, mengolah dan menyiapkan data, membaca keseluruhan data, mengkode berdasarkan tema, membuat deskripsi, menghubungkan deskripsi tema, menafsirkan tema dan menarik kesimpulan.

Penelitian dilaksanakan di PKK RT 03/RW 02 Kelurahan Tlogo Mas Kecamatan Lowok Waru Kota Malang. Penelitian dilaksanakan selama 8 bulan, mulai bulan April hingga November 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah ibu-ibu PKK yang pernah mendapatkan program penyuluhan dan pelatihan pembuatan kue tradisional. Pengambilan sampel secara sensus (Total sampling). Jumlah sampel 36 orang dengan pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara. Hasil dianalisis secara kualitatif untuk mendapatkan informasi yang valid serta didukung dengan teori yang ada.

Langkah-langkah dalam memberikan pelatihan bagi komunitas ibu PKK melalui Program penyuluhan dan pelatihan antara lain: 1) Memberikan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan teknologi pembuatan kue tradisional. 2) Memberikan bantuan pelatihan dan pendampingan pengendalian mutu produksi. 3) Memberikan pelatihan dan bantuan dalam manajemen produksi. 4) Memberikan pelatihan dan bantuan dalam pengelolaan keuangan. 5) Memberikan pelatihan dan bantuan dalam manajemen pemasaran. Setelah dilakukan pelatihan tersebut, Langkah terakhir berupa refleksi dan evaluasi bersama tim PKK guna menindaklanjuti hasil pelatihan.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian dilaksanakan di PKK RT 03/RW 02 Kelurahan Tlogo Mas Kecamatan Lowok Waru Kota Malang bahwa faktor pendukung terkenalnya suatu daerah adalah makanan tradisional, dimana makanan tersebut biasanya memiliki ciri khas atau spesifik di daerah tersebut. Makanan tradisional adalah makanan dan minuman, termasuk jajanan serta bahan campuran yang digunakan secara tradisional dan telah berkembang di daerah atau masyarakat Indonesia. Biasanya makanan tradisional diolah dari resep yang sudah dikenal masyarakat setempat dengan bahan-bahan yang diperoleh dari sumber lokal yang memiliki citarasa yang relatif sesuai dengan selera masyarakat setempat (Wardi et al., 2020) Sehingga produksi kue tradisional dalam industri rumah tangga dapat menjadi salah satu mata pencaharian yang memiliki prospek yang tinggi (Habibi et al., 2024).

Produksi kue tradisional merupakan suatu upaya untuk menghasilkan kue, dimana kue ini merupakan makanan ringan khas nusantara (Ichsan et al., 2023). Kue merupakan makanan ringan atau makanan ringan yang bukan merupakan makanan utama. Kue biasanya ada yang manis atau ada juga yang gurih dan asin (Ichsan et al., 2023). Kue sering diartikan sebagai makanan ringan yang terbuat dari adonan tepung, baik tepung beras, tepung sagu, tapioka, atau tepung terigu (Makmur, 2018). Kue tradisional nusantara banyak ditemukan di Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Belanda melalui hubungan sejarahnya dengan Indonesia. Kue dapat dimasak dengan cara dikukus, dipanggang, atau digoreng.

Bahan tambahan pembuatan kue tradisional biasanya berupa gula pasir atau gula merah. Fungsi utama gula adalah sebagai pemanis dan pemberi warna. Gula merah memberikan warna coklat muda sampai coklat tua. Selain gula, telur juga biasa dijadikan bahan tambahan pada kue tradisional. Seperti martabak manis, martabak asin, bakpao, kue lumpur, dan lain-lain. Telur juga membuat camilan lebih bergizi dan terasa lebih enak. Adapun developer digunakan untuk membuat kue dengan rasa dan tekstur yang diinginkan. Cupcakes, bikang

ambon, bakpau, memerlukan ragi pengembang, fermipan, atau ragi instan. Penggunaan ragi yang terlalu banyak akan menyebabkan kue cepat mengembang, namun sayangnya rasanya agak asam. Sebaliknya, jika ragi yang digunakan terlalu sedikit, kue akan gagal mengembang. Baking powder digunakan untuk menstabilkan adonan. Biasanya digunakan untuk kue yang dikocok dengan telur dan gula. Misalnya digunakan pada kue bolu kukus. Penggunaan yang berlebihan membuat kue terasa pahit. Sedangkan baking soda digunakan untuk kue dengan campuran telur kocok. Berfungsi untuk menambah volume kue. Penggunaan yang berlebihan menjadikan warna kue seperti abu-abu dan terasa seperti sabun (Asiva Noor Rachmayani, 2015).

Penyuluhan dan pelatihan pembuatan kue tradisional dilaksanakan di PKK RT 03/RW 02 dan di PKK RT 04/RW 02 Kelurahan Tlogomas Kecamatan Lowok Waru Kota Malang. Program yang dilakukan ini mendapatkan antusias ibu-ibu PKK. pengetahuan dasar ibu-ibu PKK dalam membuat kue tradisional cukup luas. Namun, ada beberapa variasi-variasi baru yang ibu-ibu PKK belum ketahui. Misalnya, sebelum penyuluhan hanya bisa membuat pisang goreng. Namun setelah dilakukan penyuluhan, akhirnya mereka mengetahui bahwa pisang tidak hanya digoreng saja, namun bisa divariasikan menjadi pisang landak, pisang coklat, pisang keju, dan lain-lain. Begitu juga dengan gulungan pancake, hanya tahu kalau isinya kelapa parut dengan gula merah. Setelah dilakukan penyuluhan, mereka akhirnya mengetahui bahwa isi telur dadar gulung itu bermacam-macam. Bisa diisi vla manis, bisa diisi pisang yang diolesi coklat, dan lain sebagainya. Salah satu informan mengatakan sebagai berikut:

*“ ternyata dadar gulung itu enak dan menarik jika isinya bisa divariasikan..rasanyapun juga unik kalau bisa diperbadukan denga yang lain. Jadi tidak monoton meskipun ini termasuk kue tradisional. Saya jadi semakin semangat untuk membuatnya” (Ibu X)*

Berdasarkan hasil diagnosis awal tim PKK berikut pengetahuan awal produksi kue tradisional pada saat penyuluhan dan pelatihan di PKK RT 03 dan PKK RT 04: 1) Membuat kue mengembang dengan benar. 2) Mengetahui bahwa kue tersebut benar-benar matang dan awet. 4) Bahan pengganti jika bahan kuenya tidak tersedia. 5) Pembuatan kue bikang agar terlihat bagus seperti bunga. 6) Membuat kue yang tidak bau. 7) Mengetahui kue tidak berbau. 8) Variasi kue berbahan dasar pisang. 9) Variasi kue dadar gulung. 10) Variasi kue tahu. 11) Perbedaan pewarna dari daun pandan dengan pewarna sintetik/buatan misalnya pada pembuatan kue klepon. 12) Mengetahui kue mendut boleh masuk kemasan. 13) Variasi pembuatan donat. 14) Mengetahui kue mendut yang kita kukus sudah benar-benar matang. 15) Waktu yang dibutuhkan untuk mengukus kue mendut atau kue nagasari. 16) Tepung yang digunakan untuk membuat roti. 17) Perbedaan kue dengan pemanis alami seperti gula pasir dan kue dengan pemanis buatan. 18) Isian kue pastel. 19) Cara memilih singkong atau singkong yang bagus, untuk dibuat kue.

Pengetahuan ibu-ibu PKK ini dapat mendorong produksi kue tradisional untuk dijadikan sumber bisnis (Asiva Noor Rachmayani, 2015). Namun, perlu diingat dalam hal home industry dapat berjalan dengan baik maka diperlukan suatu manajemen produksi didalamnya. Manajemen produksi sangat penting karena merupakan penataan proses dalam mengolah barang mentah menjadi barang jadi sehingga produk dapat dijual dengan memprioritaskan kualitas produk. Dalam memproduksi suatu barang, terdapat proses produksi sampai menjadi barang jadi, memiliki kualitas yang baik dan siap dipasarkan. Kegiatan produksi merupakan kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan/ pembuatan barang, jasa atau kombinasinya, melalui proses transformasi dari masukan sumber daya produksi menjadi barang atau jasa yang diinginkan (Charismana et al., 2022).

Manajemen produksi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lain agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Mulyono, 2017). Berdasarkan hasil pelatihan peneliti melakukan beberapa Langkah manajemen produksi pada saat penyuluhan. Berikut aspek manajemen produksi yang diajarkan kepada ibu-ibu PKK antara lain;

### **Perencanaan Produksi**

Bertujuan untuk melakukan persiapan sistematis terhadap produksi yang akan dilakukan. Keputusan yang harus dihadapi dalam perencanaan produksi: 1) Kue tradisional yang akan diproduksi. Misalnya kue lumpur, kue putu, kue bikang, kue cucur, kue pisang coklat, kue dadar gulung, dan lain-lain. 2) Kualitas kue. Meliputi rasa kue, tekstur kue, warna kue, keawetan kue, dan lain-lain. 3) Jumlah kue yang diproduksi. Tergantung dari jumlah kue yang akan terjual minimal, berdasarkan jumlah produksi yang terjual, dan tergantung tenaga, waktu dan bahan kue yang dimiliki. 4) Bahan Baku, yaitu bahan utama dalam pembuatan kue. Pilih bahan baku yang berkualitas. 5) Pengendalian produksi meliputi jumlah kue, rasa kue, waktu pemasakan, tekstur kue, warna kue, aroma kue, dan lain-lain.

### **Pengendalian Produksi**

Bertujuan untuk mencapai hasil yang maksimal dengan biaya yang optimal. Kegiatan yang dilakukan antara lain: 1) Kembangkan rencana. Bagaimana rencana pembuatan kuenya, siapa yang membuat, bahan bakunya

dari mana, jumlah produksinya berapa, warna kuenya apa, cara pembuatannya, kemasannya apa, dan lain sebagainya. 2) Buatlah jadwal kerja. Kapan bahan dan alat disiapkan, kapan dibuat, dan kapan dipasarkan, serta siapa yang harus melakukannya. 3) Menentukan kepada siapa barang tersebut akan dipasarkan. Kue yang dibuat dipasarkan ke mana dan kepada siapa. Catatlah jumlah kue di setiap tempat, berapa banyak yang Anda setorkan dan berapa banyak yang Anda jual, serta catatlah kejadian-kejadian yang terjadi pada masing-masing tempat pemasaran kue tersebut.

### **Pengawasan Produksi**

Tujuannya agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Kegiatannya meliputi: 1) Membangun kualitas. Kualitas kue yang dihasilkan. 2) Menetapkan standar barang. Meliputi jumlah kue, rasa kue, ukuran kue, warna kue, dan lain-lain. 3) Pelaksanaan produksi tepat waktu. Jika pelaksanaan produksi tidak tepat waktu maka kualitas kue akan menurun. Misalnya sudah waktunya masak, tapi kalau sibuk belum matang, maka kuenya akan berbau. Selain manajemen produksi, manajemen pemasaran juga memiliki peran penting dalam sebuah bisnis. Manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan untuk menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan program-program yang menguntungkan perusahaan, dan juga dapat diartikan sebagai ilmu atau seni dalam melakukan aktivitas perencanaan, penetapan harga dan pendistribusian produk kepada pasar sasaran untuk mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan dari organisasi supaya dapat menciptakan nilai pelanggan yang unggul (Rosari & Marwati, 2017).

Pemasaran merupakan strategi yang bersifat fundamental bagi setiap bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan penghasilan. Setiap bisnis tentunya mempunyai strategi pemasaran yang dirancang guna memenangkan persaingan dalam memenuhi kebutuhan pasar. Berikut ini terdapat beberapa jenis / model strategi pemasaran dalam memasarkan sebuah produk dengan cara yang lebih efektif dan efisien yaitu : a) Menggunakan Iklan berbayar b) Pemasaran yang Transaksional c) Pemasaran melalui Media Sosial d) Pemasaran Interaktif e) Pemasaran Konten (Stj & Mufidah, 2021). Strategi pemasaran sangat dipengaruhi oleh pengetahuan lingkungan berupa kompetitor, masyarakat dan pelanggan. Oleh karena itu, aspek lingkungan sangat penting dalam menentukan strategi pemasaran seperti strategi produk, strategi periklanan, strategi penetapan harga dan distribusi. Strategi pemasaran dalam perusahaan merupakan cara untuk mencapai hasil yang diharapkan. Strategi ini diterapkan untuk mengantisipasi masalah dan peluang masa depan secara sistematis, rasional dan kritis dalam kondisi yang tepat. Strategi pemasaran merangkum rencana sumber daya untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Wardi et al., 2020)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan marketing mix (bauran pemasaran) yang dikemukakan oleh Philip Kotler dalam Awaludin (2017), antara lain sebagai berikut:

### **Product (produk)**

Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (brand), fitur yang di tawarkan didalam produk tersebut, pembungkusan, garansi, dan servis sesudah penjualan (after sales servis). Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan bermotor, komputer, alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh donth dari barang. Sementara produk jasa bersifat abstrak namaun manfaatnya mampu diraskan.

### **Price (Harga)**

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut mark up (berapa tingkat persentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan), mark down (berapa tingkat persentase penurunan harga), potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran persentaseya, bundling (penjualan produk secara paket contohnya adalah penjualan kartu perdana handphone lengkap dengan hendphonnya).

### **Promotions (promosi)**

Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi disini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

### **Place (tempat)**

Perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi.

Pengetahuan mengenai manajemen pemasaran yang diberikan kepada ibu-ibu PKK meliputi bagaimana memulai pemasaran, dimana memasarkannya, berapa banyak barang yang dipasarkan, jam berapa barang tersebut harus dipasarkan dan berakhir sampai jam berapa (Indrawati et al., 2024). Kue apa saja yang sebaiknya dipasarkan, kegiatan apa saja yang dilakukan dalam pemasarannya, bagaimana cara memperkenalkan produknya kepada masyarakat, berapa harga kuenya agar tidak rugi, berapa harga kuenya, bagaimana sistem pembayarannya. Untuk kuenya, hari-hari dimana jumlah produksinya laku banyak atau laku sedikit, dan lain-lain (Unsika, 2016).

Dalam penyuluhan dan pelatihan manajemen pemasaran, ibu-ibu PKK sangat antusias terhadap materi yang diberikan. Sehingga banyak pertanyaan yang muncul antara lain bagaimana menentukan jumlah produksi yang akan dijual. Cara menentukan jumlah produksi bertambah atau berkurang. Jika dijumlahkan, jika dikurangi berapa. Bagusnya harga produksinya sama atau berbeda dari satu tempat ke tempat lain. Baiknya ukuran produksi dan rasa produksinya sama atau berbeda. Apa pentingnya melihat jam pemasaran produksi, apa fungsi pencatatan jumlah produksi setiap harinya, dan lain sebagainya.

Adapun pengelolaan keuangan yang tidak kalah penting perannya dalam pengelolaan bisnis. Pengelolaan keuangan yang baik sangat penting bagi kesuksesan jangka panjang suatu bisnis. Pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien dapat membantu perusahaan mencapai tujuan keuangan mereka dan memaksimalkan nilai perusahaan. Faktor besar dari keberhasilan suatu bisnis itu terdapat pada pengelolaan keuangannya. Ketika dapat memantau penghasilan, biaya dan indikator keuangan lainnya sesegera mungkin dan akurat, maka dapat membuat keputusan keuangan untuk jangka pendek dan jangka panjang secara bijaksana yang membuat perusahaan dan bisnis kita bertumbuh (Rahmawaty & Maharani, 2018).

Untuk menjaga stabilitas keuangan bisnis, diperlukan suatu pengelolaan keuangan yang baik dan teratur. Keuangan harus dikelola secara transparan dan akurat akan memberikan dampak positif terhadap bisnis yang dijalankan dengan tujuan menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Pengelolaan keuangan juga dapat dijelaskan sebagai seluruh aktivitas/proses tersebut dilaksanakan hanya demi memaksimalkan pendapatan bisnis dengan meminimalkan biaya, mengingat tindakan alokasi dana yang efisien dalam bisnis secara otomatis mampu memaksimalkan nilai keuangan bisnis tersebut (M. H. Hasan & Mahmud, 2019).

Adanya pengelolaan keuangan ini antara lain diharapkan apabila keuangan dikelola dengan baik maka efektifitas dari pencapaian tujuan usaha dapat terwujud dengan baik dan juga pemanfaatan modal usaha dalam rangka mencapai laba dapat efisien digunakan (Permatasari & Saidih, 2020). Keuangan dengan analisa yang tepat menjadi sebuah pondasi keuangan dalam perusahaan (Zuraidaning Tyas et al., 2023). Analisa ini dapat memberikan penglihatan mengenai sehat atau tidaknya keuangan perusahaan dan juga hal ini dapat dilihat dari empat hal utama dalam konsep pengelolaan keuangan perusahaan, antara lain: pertama perencanaan keuangan, kedua pencatatan keuangan, ketiga pelaporan keuangan dan keempat pengendalian keuangan (Charismana et al., 2022).

Pentingnya manajemen keuangan bagi perusahaan dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama-tama, manajemen keuangan yang baik dapat membantu perusahaan mengelola anggarannya dengan lebih baik (Ichfan et al., 2019). Dengan mengelola anggaran dengan hati-hati, perusahaan dapat memastikan bahwa pengeluarannya sesuai dengan rencana dan tidak melebihi sumber daya finansial yang tersedia (Umarella, 2019). Selain itu, manajemen keuangan yang baik dapat membantu perusahaan mengidentifikasi sumber daya finansial yang tersedia. Perusahaan harus dapat mengidentifikasi sumber daya finansial yang tersedia, termasuk sumber daya internal seperti laba ditahan dan kas serta sumber daya eksternal seperti pinjaman. Dengan mengelola sumber daya finansial dengan baik, perusahaan dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia dan menghindari biaya finansial yang tidak perlu (Dicky Perwira Ompusunggu & Nina Irenetia, 2023). Dampak yang timbul jika pengelolaan tidak dilakukan dengan baik adalah bisnis akan mengalami kerugian dan mengakibatkan kebangkrutan (Dwijayanti. Praticia Febrina, 2010). Oleh karena itu pengelolaan keuangan menggunakan akuntansi adalah hal yang sangat diperlukan sebagai solusi masalah manajemen keuangan usaha (Fatwitawati, 2018).

Pengelolaan keuangan meliputi pengelolaan jumlah uang yang dibutuhkan untuk membeli bahan produksi kue. Selain itu juga mengelola sejumlah uang untuk membeli bahan kemasan kue seperti plastik, daun atau kertas, dan juga plastik mika. Selain itu juga diajarkan untuk menghargai kerja keras membuat kue, meski dikerjakan sendiri dan dibantu keluarga, harus dibayar juga. Selanjutnya biaya peralatan produksi, mereka diajarkan misalnya untuk kebutuhan peralatan bisa mencapai Rp. 3.000 hingga Rp. 10.000,- per hari, untuk ditabung sebagai pengganti peralatan yang rusak, atau untuk menambah peralatan kue yang akan dibeli. Pembagian keuangan juga penting seperti memisahkan uang, untuk produksi kue dengan biaya kebutuhan

rumah tangga. Tertib tidak menggunakan dana produksi kue untuk kebutuhan rumah tangga. Sehingga tetap ada untuk modal untuk produksi kue.

Dengan demikian, walaupun pengetahuan awal ibu-ibu PKK telah baik namun masih perlu peningkatan pengetahuan tersebut seperti berbagai variasi dari resep yang ibu-ibu tahu. Selain pengetahuan awal pentingnya manajemen produksi dan pengelolaan keuangan juga menjadi variabel penting dalam sebuah usaha. Dengan menjadikan produksi kue tradisional menjadi bisnis tentunya manajemen produksi dan pengelolaan keuangan tersebut. Adapun materi-materi yang disampaikan kepada ibu-ibu PKK diterima dengan baik dan antusias sehingga dapat mengimplemetasikannya dengan baik pula.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa ibu-ibu PKK memiliki pengetahuan yang baik dalam produksi kue tradisional. Saat ini bisnis kue tradisional sangat menjajikan. Namun, untuk sebuah bisnis pengetahuan saja tidak cukup perlu manajemen produksi dan pengelolaan dalam menjalankan bisnis kue tradisional. Adanya penyuluhan mengenai peningkatan pengetahuan tentang produksi kue tradisional membuat Ibu-ibu PKK akhirnya tertarik dengan usaha produksi kue tradisional, dan akhirnya mampu mengelola produksi. Meski harus berlatih berulang kali untuk menghasilkan kue yang berkualitas. Sebagian besar Tim PKK sudah melakukan manajemen pemasaran yaitu dengan menerapkan jumlah kue yang diproduksi agar tidak ada kekurangan dan tidak berlebih. Setiap hari ibu-ibu PKK membuat jenis kue yang berbeda-beda, dan dalam sehari minimal ada dua jenis kue. Bahwa mereka berlaku untuk manajemen pemasaran. Selain itu, ibu-ibu PKK sangat senang diajari manajemen keuangan. Mereka akhirnya mengetahui dan memahami pentingnya pengelolaan keuangan, keuangan untuk memproduksi kue dan memasarkan kue.

Pada prinsipnya jumlah uang yang dikeluarkan untuk produksi dan pemasaran kue tidak melebihi nilai penjualan kue (kwitansi). Ini untuk mendapatkan keuntungan. Sebagian keuntungannya dapat digunakan untuk memperbesar usaha dan memenuhi kebutuhan keluarga. Dampak ke depannya secara spesifik adalah meningkatnya pendapatan keluarga melalui diversifikasi usaha, pelestarian kue tradisional yang beradaptasi dengan selera masa kini, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Selain itu, anggota PKK di Malang akan lebih siap menghadapi persaingan pasar modern dengan keterampilan baru, yang mendukung keberlanjutan usaha kecil di era digital. Ibu-ibu PKK yang memproduksi kue untuk dijual guna menambah pendapatan keluarga, akhirnya mereka menerapkan pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan yang mereka terapkan hanya sekedar mencatat administrasi keuangan berupa biaya-biaya produksi kue. Mereka belum menghitung biaya tenaga kerja pengiriman kue dan transportasi pengiriman kue. Dan mereka belum menerapkan berapa besaran tenaga kerja yang harus dibayar. Mereka menganggap uang hasil penjualan dikurangi biaya produksi kue, mereka menganggapnya sebagai keuntungan. Meski demikian, langkah-langkah ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan keluarga dan memberikan dasar untuk pengembangan usaha ke depannya.

## Referensi

- Anik, S. (2021). *Strategi Bauran Pemasaran Industri Bakery Delicious Mooik Kelurahan Babakan Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Menarik Minat Pelanggan*. 1–23.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Efisiensi Penggunaan Telur Dalam Pembuatan Sponge Cake*. 6.
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan Pkn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Dewi, E., & Berlianti. (2018). Peningkatan Produktivitas Umkm Produk Kue Jajanan Pasar Di Desa Marindal Ii Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. *Abdimas Talenta*, 3(2), 242–247.
- Dicky Perwira Ompusunggu, & Nina Irenetia. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140–147. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1129>
- Dwijayanti. Praticia Febrina. (2010). Penyebab, Dampak, Dan Prediksi Dari Financial Distress Serta Solusi Untuk Mengatasi Financial Distress. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 2(2), 191–205.
- Fatwitawati, R. (2018). *Pengelolaan Keuangan Bagi UMKM*. 225–229.
- Habibi, S., Ginting, A., Aprilia, R., Fitri, L., Mukhyidin, M., & Putra, M. A. S. (2024). Peningkatan Produksi Kue Kering Remen Malang. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(1), 40–47. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v4i1.676>
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2019). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 2(2), 40–47. <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>

- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15(1), 1–24.
- Hasan, B., & Rizkiana, A. (2018). Varian Produksi, Manajemen Keuangan dan Pemasaran Usaha Mikro Kerupuk Kerang Madurasa di Kabupaten Bangkalan. *International Journal of Community Service Learning*, 2(3), 133–140. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v2i3.14175>
- Hasan, M. H., & Mahmud, H. (2019). PKM Kelompok Usaha Kue Tradisional Lapis Tidore di Kecamatan Tidore Kota Tidore Kepulauan Propinsi Maluku Utara. *Seminar Nasional Sains, Teknologi, Dan Sosial Humaniora*, 200–204.
- Hasibuan, A., Islam, U., & Utara, S. (2023). *Kewirausahaan* (Issue December).
- Herawati, J., Kusumaningrum, N., Sari, P. P., & Maulida, A. (2020). Pelatihan Kewirausahaan : Membuat Kue Tradisional Dan Promosi Digital Di Pujokusuman Kelurahan Keparakan Kecamatan Mergangsan Kota Yogyakarta. *Wasana Nyata*, 3(2), 120–129. <https://doi.org/10.36587/wasananyata.v3i2.524>
- Ichfan, K., Mutmainah, Si., & Mila. (2019). Pentingnya Keuangan Bagi Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 32–42.
- Ichsan, T. N., Ihalauw, J. J., & Soeroso, A. (2023). Makanan “Bubur Diniyoh” Sebagai Daya Tarik Khas Wisata Gastronomi Di Kota Gorontalo. *Jurnal Darmawisata*, 2(2), 36–42. <https://doi.org/10.56190/jdw.v2i2.20>
- Indrawati, A. S., Mimung, F., Pulo, Y. F., Thei, J. S., & ... (2024). Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital Bagi Ibu-Ibu PKK Dusun I Desa Penfui Timur. *Journal Of Human And ...*, 4(1), 515–520.
- Makmur, S. A. (2018). Penambahan Tepung Sagu dan Tepung Terigu pada Pembuatan Roti Manis. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.32662/gatj.v1i1.161>
- Mardatillah, A. (2016). Analisis Produk Totalkue Bangkit Khas Riau Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (Up2K) Kembang Melati Di Kota Pekanbaru. *Valuta*, 2(1), 37–53.
- Mulyantomo, E., Widowati, S. Y., & Andriani, N. D. (2021). Strategi Penjualan Aneka Jajanan Tradisional (Studi Kasus Pada Toko Novi Snack Cabang Tlogosari). *Solusi*, 19(4), 391. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i4.3903>
- Mulyono. (2017). Peningkatan Pengetahuan Ibu-Ibu Pkk Di Desa Bulang Dalam Pengolahan Jahe Bubuk Instan Sebagai Isian Klepon. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 1(1), 23–28. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v1.i1.a676>
- Nafanu, S., & Afoan, F. (2021). Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Singkong Pada IKM Di Kabupaten Timor Tengah Utara. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 483–503.
- Permatasari, N., & Saidih, R. (2020). *Pendampingan Kewirausahaan Mahasiswa Kosgoro 1957*. 1(2), 153–170.
- Perwira, H. dan I. (2017). Pengembangan Inovasi Kue Tradisional Putu Cangkir dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Gowa. *Proceeding SINDHAR III (Seminar Ilmiah Nasional Dan Diseminasi Hasil Riset)*, 3(November), 83–90.
- Rahmawaty, U., & Maharani, Y. (2018). Pelestarian Budaya Indonesia Melalui Pembangunan Fasilitas Pusat Jajanan Tradisional Jawa Barat. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa Dan Desain*, 1(1), 1–8.
- Rosa, E. (2022). Manajemen Usaha Dan Pembuatan Kemasan Serta Labeling Home Industri Kue Basah Pada Kelompok Usaha Di Desa Pongangan Manyar Gresik. *Cahaya Kampus*.
- Rosari, C. Iita, & Marwati. (2017). Profil Industri Rumah Tangga Kue Tradisional Kampung Tegal Kemuning, Danurejan, Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga Tahun 2017 Dan*, 1–8.
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Stj, R., & Mufidah, L. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Olahan Kue Indonesia Guna Mengembangkan Wirausaha Di Desa Mlaran, Kecamatan .... *Jurnal Abdimas Akademika*, 2(02), 130–139.
- Umarella, B. (2019). Analisis Anggaran Sebagai Upaya dalam Perencanaan dan Pengendalian Biaya Proyek pada PT X di Kota Ambon. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(2), 70–75.
- Unsika, F. (2016). Susunan Redaksi. *Syntax : Jurnal Informatika*, 2(02). <https://doi.org/10.35706/syji.v2i02.265>
- Wardi, J., Putri, G. eka, & Liviawati, L. (2020). Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan Bagi Umkm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 56–62. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i1.3250>
- Wiratama, A. (2013). Manajemen Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Usaha Corrugated Cartons and Boxes Pt.Zxc. *Agora*, 1(1), 1–15.
- Zuraidaning Tyas, K., Dewanty, A. R., Sechan, C., & Mukharomah, I. N. (2023). Analisis Rasio Aktivitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT Adaro Minerals Indonesia Tbk yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Perwira Journal of Economics & Business*, 3(01), 58–68. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v3i01.172>