

Received: Mei 2025

Accepted: Juni 2025

Published: Juli 2025

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/jam.v9i02.3674>

Meningkatkan Produksi UMKM Kue Keminting di Desa Loa Duri Ilir Kabupaten Kutai Kartanegara

*Julianur**Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*Jul196@umkt.ac.id*Sri Wahyuni Jamal**Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*Swj579@umkt.ac.id*Jeane Betty Kurnia Jusuf**Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*Jbkj567@umkt.ac.id*Jumarin**Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*jumarinmursalim@gmail.com*Muhammad Bisri Mustofa**Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*bisri.mustofa1011@gmail.com

Abstrak

UMKM Kue Keminting merupakan salah satu jajanan khas Kalimantan Timur dengan bahan dasar tepung terigu, tepung kanji, gula merah, gula pasir, sagu dan santan kelapa. Salah satu Lokasi pengusaha Kue Keminting ada di Desa Loa Duri Ilir, Kabupaten Kutai Kartanegara. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan usaha UMKM Kue Keminting dan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha maupun para pekerja dari usaha kue keminting ini. Metode atau langkah yang dilakukan guna mencapai tujuan pengabdian ini yaitu penyediaan alat-alat yang dibutuhkan pelaku usaha agar meningkatnya produksi kue keminting, berikut tahapan yang dilakukan dalam pendampingan pengabdian ini: Pertama proses pembuatan adonan kue keminting dilakukan dengan alat yaitu mixer dimana sebelumnya proses ini dilakukan secara manual. Kemudian setelah adonan telah dibuat dan dicetak tahap berikutnya adalah memasukkan kedalam oven besar yang memiliki kapasitas 4 loyang yang masing-masing Loyang berukuran 50cm persegi, dimana sebelumnya oven yang digunakan berukuran kecil yang berkapasitas 2 loyang berukuran 30cm persegi. Tahap selanjutnya setelah pengovenan selesai dilakukan proses packing, pada proses ini terdapat tambahan menggunakan pres plastik dengan maksud menjaga kualitas packingan dan ke higienisan kue keminting. Hasil pengabdian ini diantaranya meningkatnya produksi adonan per harinya dari 6kg menjadi 15-20kg; lalu jumlah hari kerja dari 4 hari menjadi 5 sampai 6 hari untuk memenuhi kebutuhan pasar; dan terakhir terdapat peningkatan omset dari 6 jt menjadi lebih dari 11 juta per bulan. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan UMKM

pada masyarakat perlu pendukung lainnya baik alat, bahan maupun tenaga kerja. Adanya alat yang praktis akan mengefektifkan dan mengefisienkan waktu dan tenaga.

Kata Kunci: *umkm, kue keminting, peningkatan produksi*

Pendahuluan

Kesejahteraan merupakan dambaan setiap insan manusia termasuk sejahtera dalam hal perekonomian agar dapat terpenuhinya kebutuhan sandang, pangan dan papan, pasca covid 19 yang melanda dunia, perlahan perekonomian dunia mulai membaik termasuk di Indonesia, mulai dari level bawah hingga pengusaha-pengusaha besar. Perubahan ini bergantung dari sektor ekonomi yang juga sebagai tolak ukur keberhasilan dari pemerintah, dan peningkatan perekonomian melibatkan dari peran masyarakat sebagai pelaku utama serta sebagai pihak yang merasakan perubahan ekonomi (Wati et al., 2024). Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki aktivitas ekonomi terbesar (Permana, 2017). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) salah satu Upaya yang dapat dilakukan oleh Masyarakat guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. UMKM sangat berperan penting dalam pertumbuhan dan peningkatan perekonomian Masyarakat, UMKM pula sebagai sektor yang potensial dan penjaga stabilitas perekonomian secara umum di Masyarakat. Dilihat dari sistem perekonomian tidak sedikit negara maju atau negara berkembang, sektor UMKM dianggap sebagai salah satu pionir perekonomian yang kuat bagi suatu negara (Sutresna & Munizu, 2024).

Masyarakat memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pada sektor pembangunan ekonomi yakni Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Hidayat et al., 2022). Usaha mikro merupakan usaha yang produktif dimana dimiliki seseorang ataupun badan usaha individu yang memiliki ciri-ciri dari usaha mikro. Usaha kecil ialah usaha ekonomi produktif yang dilakukan secara mandiri, dimana tidak terhubung bersama usaha kategori menengah maupun besar, apakah secara *direct* atau *indirect*. Kemudian usaha kategori menengah pun termasuk usaha ekonomi produktif dimana termasuk mandiri dan tidak terhubung bersama baik usaha kategori kecil maupun besar yang mana hasil kekayaan netto/ hasil netto pada penjualan tiap tahunnya termasuk kriteria usaha kategori menengah (Haryani, 2022). UMKM merupakan garda terdepan dari pertumbuhan ekonomi dikarenakan kemampuannya yang dapat mempekerjakan banyak pekerja dan berkontribusi secara signifikan pada PDB (Produk Domestik Bruto) (Saleh & Ndubisi, 2006). *The food industry is one of the most important branches in the European Union with high relevance for economic output and employment* (Industri makanan merupakan salah satu cabang terpenting di Uni Eropa yang memiliki relevansi tinggi terhadap output ekonomi dan lapangan kerja) (Menrad & Feigl, 2007).

UU Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 terkait Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang terdapat pada Bab IV Pasal 6 ayat 1, mengatur tentang kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pasal ini menjelaskan batasan kriteria usaha berdasarkan aset dan omzet, yang membedakan antara usaha mikro, kecil, dan menengah.

UMKM adalah kegiatan usaha berskala kecil yang mendorong pergerakan Pembangunan dan perekonomian Indonesia” (Al Farisi et al., 2022). UMKM merupakan usaha yang dapat bertahan meski dalam situasi genting, ketangguhan ini terbukti saat terjadinya krisis moneter pada tahun 1998, dari sekian banyak usaha besar yang berguguran namun tidak untuk UMKM bahkan jumlah UMKM Ketika itu semakin meningkat.

Begitu vital dan pentingnya UMKM sehingga setiap negara sangat berharap agar UMKM terus eksis dan meluas sebagai penopang perekonomian suatu negara. Eksistensi dari UMKM juga memberikan manfaat dalam penyerapan jumlah pekerja sehingga dapat mengurangi pengangguran. UMKM terdiri dari berbagai sektor seperti fashion, agribisnis, kuliner, dan lain-lain.

UMKM di Indonesia memiliki karakter dan dapat terlihat dari berbagai sisi, baik jenis usaha, kuantitas unit, hingga level pendidikan pelaku usaha. Data memperlihatkan bahwasannya UMKM bergerak didominasi pada kategori perdagangan yang besar maupun eceran, namun masih didominasi pada jenis makanan maupun pakaian jadi (Yolanda, 2024). Namun pelaku usaha UMKM baik minuman maupun makanan biasanya terbatas pada modal usahanya yang mengakibatkan mereka terkendala terkait pembiayaan kemasan produk dan upaya promosi serta lain sebagainya (Samodro, SSn. & Desain, 2018).

Sektor kuliner yang merupakan salah satu UMKM merupakan pilihan yang banyak ditekuni oleh Masyarakat, terlebih makanan khas dari suatu daerah karena dengan usaha pada sektor ini tentu akan turut meningkatkan dan mengangkat ciri khas dari daerah itu sendiri. (Harahap et al., 2021) menjelaskan beberapa Platform yang kerap kali digunakan oleh Masyarakat dalam usaha marketing atau upaya melakukan promosi melalui media social seperti facebook, instagram, whatsapp, hingga tiktok dan sebagainya yang memiliki unsur karakteristik tertentu hingga memiliki peluang bagi para pelaku usaha agar bisa menawarkan dan memasarkan produk barang/jasa.

Indonesia yang memiliki 38 Provinsi dan ratusan budaya dengan berbagai macam kuliner khas daerah tentu penting untuk mengangkat kebudayaan melalui UMKM sektor kuliner. Kalimantan Timur merupakan salah satu Provinsi yang juga memiliki berbagai kekayaan budaya termasuk sektor kuliner memiliki banyak makanan khas yang salah satunya adalah “kue keminting”.

Kue Keminting adalah jajanan khas Kalimantan Timur dengan bahan dasar tepung terigu, tepung kanji, gula merah, gula pasir, sagu dan santan kelapa. Salah satu Lokasi yang juga pengusaha kue keminting terdapat di Desa Loa Duri Ilir, Kecamatan Loa Janan, Kab. Kukar, Kalimantan Timur. UMKM Kue Keminting ini termasuk usaha Mikro yang masih dirasa perlu ditingkatkan dalam hal jumlah produksi dan peningkatan usaha tersebut. Hasil observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian di Lokasi UMKM Kue Keminting diketahui bahwa UMKM tersebut telah memiliki No. P-IRT (Produksi Industri Rumah Tangga) dan label halal pada usaha tersebut. Kegiatan usaha ini dilakukan oleh perorangan dirumah tempat tinggal, meski telah memiliki No. P-IRT dan label halal namun pengolahannya sendiri masih tergolong manual yaitu alat cetak kue yang digunakan dan hanya memiliki 1 oven kecil yang mana dalam pembuatan kue membutuhkan waktu karena mesti menunggu matang kemudian dimasukan Kembali kue baru, maka dalam hal ini memiliki oven yang berkapasitas besar atau jumlah yang banyak sangat diperlukan guna meningkatkan hasil produksi, ini berdampak terhadap jumlah hasil produksi yang nantinya berkaitan pada kebutuhan pasar. Selain itu dari aspek pendistribusian Kue Keminting masih sangat terbatas yaitu hanya beberapa toko oleh-oleh, ini disebabkan beberapa factor mulai dari jumlah produksinya yang masih sangat rendah yang dikarenakan proses pembuatannya masih manual serta packingan yang perlu ditingkatkan kualitasnya sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Dalam sebuah usaha Inovasi, peningkatan produksi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan (ARIFUDIN, 2020). Seirama dengan pendapatan (Wibisono & Sari, 2015)

bahwa inovasi selalu menjadi kunci keberhasilan dan kesuksesan suatu usaha. Melihat perkembangan era digitalisasi saat ini memanfaatkan teknologi juga perlu dilakukan misalnya mempromosikan usaha UMKM pada social media yang sangat dekat dengan Masyarakat. (Harahap et al., 2021) menjelaskan beberapa Platform yang kerap kali digunakan oleh Masyarakat dalam usaha marketing atau Upaya melakukan promosi melalui media social seperti facebook, Instagram, Whatsaap, hingga Tiktok dan sebagainya yang memiliki unsur karakteristik tertentu hingga memiliki peluang bagi para pelaku usaha agar bisa menawarkan dan memasarkan produk barang/jasa. Penting bagi pelaku usaha untuk terus berupaya agar dapat meningkatkan produktivitas usaha yang dijalani, seperti hal yang disampaikan oleh (SaThierbach et al., 2015) yakni dalam berinovasi tidak hanya terbatas pada barang atau benda hasil produksi, namun juga termasuk perilaku, sikap hidup maupun gerakan-gerakan dalam menuju perubahan di dalam segala hal tata kehidupan masyarakat.

Hasil produksi UMKM Kue Keminting ini masih sangat rendah yaitu 6 kg per hari Dimana dalam 1 minggu memproduksi selama 4 hari, dengan pendapatan kotor yang diperoleh berkisar Rp 6 juta per bulan. Pendapatan ini masih sangat rendah bila melihat dari kriteria penghasilan usaha mikro seperti yang dijelaskan pada Undang-undang Dasar Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang tertuang pada Bab IV pasal 6 ayat 1 yang menjelaskan Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut: a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). oleh karena itu perlunya ditingkatkan UMKM Kue Keminting guna meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dan dapat menyerap lebih banyak para pekerja sehingga mengurangi pengangguran dan meningkatkan perekonomian Masyarakat setempat.

Metode

Beberapa Langkah yang dilakukan guna mencapai tujuan pengabdian ini yaitu penyediaan alat-alat yang dibutuhkan pelaku usaha agar meningkatnya produksi kue keminting, berikut tahapan yang dilakukan dalam pendampingan pengabdian ini. Pertama, proses pembuatan adonan kue keminting dilakukan dengan alat yaitu mixer dimana sebelumnya proses ini dilakukan secara manual. Kedua, Setelah adonan telah dibuat dan dicetak tahap berikutnya adalah memasukkan kedalam oven besar yang memiliki kapasitas 4 loyang yang masing-masing Loyang berukuran 50cm persegi, dimana sebelumnya oven yang digunakan berukuran kecil yang berkapasitas 2 loyang berukuran 30cm persegi. Ketiga, tahap selanjutnya setelah pengovenan selesai dilakukan proses packing, pada proses ini terdapat tambahan menggunakan pres plastik dengan maksud menjaga kualitas packingan dan ke higienisan kue keminting.

Perbandingan hasil produksi sebelum dan sesudah pendampingan pengabdian ini terlihat dari jumlah produksi yang dihasilkan dan omset yang diterima yaitu adanya peningkatan.



Gambar 1. Mixer



Gambar 2. Proses Cetak Kue



Gambar 3. Proses Oven Kue

Adapun jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sebagai berikut:

No.	Kegiatan	Waktu	Pelaksana
1	Observasi dan wawancara tahap I	26 Februari 2025	Tim Pengabdi
2	Wawancara tahap II	06 Maret 2025	Tim Pengabdi
3	Pemberian hibah alat Mixer	10 Maret 2025	Tim Pengabdi
4	Pemberian alat pres plastik	10 Maret 2025	Tim Pengabdi
5	Pemberian hibah oven	24 Maret 2025	By Order
6	Monitoring	Maret - Juni	Tim Pengabdi

Hasil dan Pembahasan

Hasil pengabdian ini dapat terlihat dari table berikut ini :

	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan	Keterangan
Produksi /hari	6 kg adonan	15 – 20 kg adonan	Peningkatan lebih dari dua kali lipat
Omset /bulan	+ - 6jt	+ - >11 jt	Pendapatan 2 kali lipat
Jumlah hari produksi	4 hari	5 – 6 hari	Terdapat tambahan hari kerja 1 sampai 2 hari

Tabel 1. Perbandingan sebelum dan sesudah pendampingan

Pembahasan

Melihat dari hasil yang diperoleh dari kegiatan pendampingan pengabdian kepada Masyarakat ini maka dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Proses produksi kue keminting dari yang pengadonan secara manual menjadi praktis yang efektif dan efisiensi karena menggunakan alat pengaduk adonan yaitu mixer.
2. Proses pengovenan kue yang dapat menampung lebih banyak kue karena kapasitas oven yang jauh lebih besar.

3. Proses packing kue kini lebih terjamin ke higienisannya karena adanya tambahan proses pressing plastic packing.
4. Adonan kue setelah adanya pendampingan terdapat peningkatan yang sangat signifikan yaitu 15 hingga 20 kg per hari artinya terdapat peningkatan lebih dari 8 kg per hari.
5. Durasi kerja bertambah 1 sampai 2 hari karena dapat memenuhi kebutuhan pasar.
6. Pendapatan terjadi peningkatan hingga 2 kali lipat dari sekitar 6 jt menjadi lebih dari 11 juta per bulan.

Simpulan dan rekomendasi

Dari penjelasan yang telah kemukakan maka dapat ditarik kesimpulan upaya meningkatkan UMKM pada masyarakat perlu diperhatikan pendukung lainnya baik alat, bahan maupun tenaga kerja. UMKM Kue Keminting merupakan salah satu keberhasilan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dengan cara meningkatkan produksi kue keminting itu sendiri yang berdampak kepada omset. Adanya alat yang praktis akan mengefektifkan dan mengefisiensikan waktu dan tenaga.

Dari kegiatan ini tim pengabdian merekomendasikan agar pelaku usaha maupun pengabdian yang akan datang dapat tindaklanjuti pada aspek promosi melalui media mainstream dan perluasan target konsumen agar usaha UMKM semakin besar dan meningkat.

Daftar Pustaka

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- ARIFUDIN, O. (2020). Pkm Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi Dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong Di Subang Jawa Barat. *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.36841/integritas.v4i1.514>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Haryani, D. (2022). Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Pengembangan Usaha Anyaman Rumbai Di Desa Sidang Mas Banyuasin Iii Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Sosial*, 17(2), 76–88. <https://doi.org/10.62128/jiads.v17i2.47>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). No Title. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v3i6.2133>
- Indonesia. Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang tertuang pada Bab IV pasal 6 ayat 1. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Menrad, K., & Feigl, S. (2007). *Traditional products and the economic impact of innovation. October*.
- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8(1), 93–103. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v8i1.1257>
- Saleh, A., & Ndubisi, N. (2006). An evaluation of SME development in Malaysia. *International Review of Business ...*, 2(1), 1–14. <http://www.geasiapacifico.org/documents/IBRP1.pdf>
- Samodro, SSn., M. H., & Desain. (2018). Samodro, SSn., M. Hum . Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya. Abstrak UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING EKSPOR PRODUK UMKM MAKANAN DAN MINUMAN MELALUI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN BERBASIS PADA KEARIFAN LOKAL DI INDONESIA S. *Sembadha*, 130–137.
- SaThierbach, K., Petrovic, S., Schilbach, S., Mayo, D. J., Perriches, T., Rundlet, E. J. E. J. E. J., Jeon, Y. E., Collins, L. N. L. N., Huber, F. M. F. M., Lin, D. D. H. D. H., Paduch, M., Koide, A., Lu, V. T., Fischer, J., Hurt, E., Koide, S., Kossiakoff, A. A., Hoelz, A., Hawryluk-gara, L. A., ... Hoelz, A. (2015). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Sutresna, A., & Munizu, M. (2024). *UMKM & Kewirausahaan (Panduan Praktis)* (Issue April).
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM

- (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 3(1), 265–285.
- Wibisono, S., & Sari, R. M. (2015). Pendampingan Pengembangan Geblek Pedas pada Wirausaha Pembuatan Geblek di Dusun Balong V, Desa Banjarsari, Kecamatan Samigaluh, Kulon Progo, Yogyakarta. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(3), 206–210. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/7927>
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>