

## PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA KAYULAUT MELALUI UMKMKOMUNITAS KUE KHAS BIKA BAKAR KAYULAUT DENGAN STRATEGI CULINARY FASHION

**Jureid, Dina Syarifah Nasution, Nurintan Siregar**

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal

[jureid@stain-madina.ac.id](mailto:jureid@stain-madina.ac.id), [dinasyarifah1982@gmail.com](mailto:dinasyarifah1982@gmail.com), [nurintansiregar86@gmail.com](mailto:nurintansiregar86@gmail.com)

### Abstrak

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan oleh Dosen Program Studi Tadris Bahasa Inggris STAIN Madina dan Dosen Ekonomi Syariah Stain Madina dengan metode Asset Based Community Development (ABCD). Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini didukung oleh berbagai pihak dalam hal ini Kepala Desa Kayulaut dan Naposo Nauli Bulung Desa Kayulaut. Dan Komunitas UMKM Kue Bika Bakar Kayulaut Salah satu alasan dipilihnya desa ini adalah karena Desa Kayulaut mempunyai potensi kehidupan yang sejahtera melalui ketrampilan memasak kue bika bakar tradisional yang dilakukan oleh warganya, namun diketahui bahwa dalam beberapa tahun terakhir omzet penjualan kue bika bakar kayulaut sangat besar. Produsen Kue Bika Bakar mengalami penurunan drastis karena beberapa hal antara lain kemasan yang masih menggunakan kantong plastik dan terbatasnya akses pemasaran. Produk mitra belum mampu bersaing dengan produk pastry modern buatan pengusaha besar karena kurang promosi. Para mitra masih menggunakan alat yang sederhana sehingga menimbulkan rasa lelah karena terus menerus berada di sekitar tungku api, sehingga produksi bika bakar yang dihasilkan tidak maksimal baik kuantitas maupun kualitasnya. Sehingga Kue Bika Bakar Kayulaut tidak lagi memenuhi omzet perdagangan seperti beberapa tahun lalu. Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan terbagi menjadi tiga tahap, yaitu; Sosialisasi Kegiatan Program, Implementasi dan Evaluasi. Pengabdian Kepada Masyarakat Berlangsung mulai pukul 08.00 WIB hingga selesai selama tiga hari dimulai dari persiapan kegiatan yang diikuti oleh 70 peserta. Materi yang disampaikan Melalui kegiatan ini; Logo/branding, kemasan, dan e-commerce. Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, pemberdayaan ekonomi masyarakat desa Kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi kuliner fashion diharapkan dapat meningkatkan omzet produksi Kue Bika Bakar Kayulaut sehingga masyarakat Desa Kayulaut semakin sejahtera. sejahtera sebagai pelaku UMKM Kue Kayulaut.

**Kata Kunci:** *Bika, Kayulaut, Culinary.*

### Abstract

This Community Service is carried out by Lecturer of English Tadris Study Program STAIN Madina and Sharia Economics Lecturer Stain Madina with the method of Asset Based Community Development (ABCD). The implementation of Community Service is supported by various parties, in this case the Head of Kayulaut Village and Naposo Nauli Bulung of Kayulaut Village. And the Kayulaut Bika Bakar Cake MSME Community One of the reasons for choosing this village is because Kayulaut Village has the potential for a prosperous life through traditional bika bakar cake cooking skills by its residents, but it is known that in recent years the sales turnover of Bika Bakar Cake producers has decreased drastically due to several things, including packaging that still uses plastic bags and limited marketing access. Partner products cannot compete with modern pastry products made by already large businesses because there is not enough promotion. Partners still use simple tools – causing fatigue because they are continuously around the fire stove, so that the production of bika bakar produced is not optimal in quantity or quality.so that Kue Bika Bakar Kayulaut no longer meets trade turnover like a few years ago. The stages of Community Service carried out are divided

into three stages, namely; Socialization of Program Activities, Implementation and Evaluation. Community Service Lasted from 08.00 WIB until it was completed for three days starting from the preparation of the activity, attended by 70 participants. The subject matter conveyed Through this activity; Logo / branding, packaging, and e-commerce. With the Community Service activities, the economic empowerment of the Kayulaut village community through MSMEs of the typical Bika bakar kayulaut cake community with a culinary fashion strategy is expected to increase the production turnover of Kayulaut Bika Bakar Cake so that the people of Kayulaut Village are more prosperous as MSME actors of Kayulaut Cake.

**Keywords:** *Bika, Kayulaut, Culinary.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Desa Kayulaut adalah tempat transit bagi wisatawan (Annisa Nabila, 2023) ke berbagai tempat wisata lokal di Kabupaten Mandailing Natal, serta ke Kota Wisata Bukit Tinggi di Sumatera Barat. Turis asing juga sering berkunjung ke beberapa areal Perkampungan Desa Kayulaut dan mencicipi makanan tradisional Desa. Kayulaut telah lama dikenal sebagai ikon penghasil kue tradisional terbaik untuk wilayah Kabupaten Mandailing Natal dan juga merupakan pemasok kue tradisional terbaik untuk dibeli di pusat Pasar Kabupaten yang disebut "Pasar Baru". Di kawasan Pesantren Purba Baru, yang memiliki siswa sebanyak 20.000 santri dari seluruh Indonesia, termasuk siswa asing. Di wilayah sekitaran Pesantren ini kue – kue tradisional Kayulaut sebagai sarapan pagi atau saat istirahat siswa. Bahkan, kadang-kadang diberikan sebagai buah tangan kepada keluarga yang datang ke Pesantren. Karena fakta bahwa Kayulaut memiliki potensi untuk menghidupkan perekonomian masyarakat, maka disarankan untuk mengembangkan kegiatan ekonomi dengan memaksimalkan potensi yang ada, Selanjutnya Upaya yang dapat dilakukan dalam membantu menggerakkan perekonomian desa agar lebih maju dan berkembang adalah melalui kewirausahaan desa yang berorientasi mengolah potensi lokal desa setempat (Pradani, 2020). Wirausaha yang berpotensi menggerakkan perekonomian di Desa Kayulaut termasuk

Produksi Bika Bakar Kayulaut. Dengan memberikan dukungan kepada masyarakat Produsen kue Bika Kayulaut buatan asli warga Kayulaut khususnya Kue Bika Bakar Kayulaut yang di ketahui sangat di cari Masyarakat Mandailing Natal untuk di konsumsi dan untuk dijadikan oleh – oleh, dikarenakan Kue Bika Kayulaut memiliki cita rasa khas yang berbeda dari Kue Bika Bakar Mandailing lainnya yang di olah dengan cara yang tradisional dan berbahan alami tanpa bahan kimia. Sejak dahulu kala hingga hari ini masyarakat Desa Kayulaut Kecamatan Panyabungan Selatan telah dikenal sebagai pembuat kue tradisional terbaik. Khususnya Kue Bika Bakar ( Tutung, dalam bahasa Mandailing ). Dari keadaan inilah,

Desa Kayulaut dijuluki "Kampung Bika". Diketahui bahwa kue Bika terbaik terenak, berasal dari Desa Kayulaut versi pendapat beberapa warga masyarakat Kab. Mandailing Natal. Hari ini Pengusaha kecil Kue Bika menghadapi banyak masalah dalam mencapai target pemasaran sebagai kue yang dapat didistribusikan ke seluruh nusantara dan bahkan ke seluruh dunia jika dibandingkan dengan beberapa tahun silam. Hari ke hari pendapatan serta produksi Kue Bika dari Desa Kayulaut semakin merosot turun drastic tidak sama lagi kondisinya pada beberapa tahun silam, info yang di dapat oleh Team Pengabdian bahwa kalau beberapa tahun silam Kue Bika dapat di produksi ratusan kue per hari hari ini hanya puluhan saja yang dapat di jual di pasar – pasar tradisional dan didistribusikan ke Warung – warung . Beberapa fakta yang didapat Yang paling mencolok adalah bagaimana memperkenalkan produk Kue Bika Bakar kepada masyarakat umum, yang jelas dipengaruhi oleh budaya masyarakat yang kurang memahami cara membuat Kue Bika Bakar agar di kenal oleh Masyarakat luar sehingga penjualan Kue Bika Bakar tidak lagi menjadi primadona di lidah Masyarakat Mandailing Natal khususnya. Dengan alasan inilah Team Pengabdian Masyarakat memilih tema **Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion.**

## TINJAUAN PUSTAKA

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan suatu usaha sadar dan Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion terencana dalam mengubah kondisi ekonomi masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas, kehidupan, kemandirian, dan kesejahteraan. Pemberdayaan yang sering dikenal dengan istilah empowerment merupakan suatu usaha atau kegiatan untuk memberikan power (daya, kekuatan, tenaga, kemampuan dan kekuasaan) kepada individu maupun kelompok dengan tujuan perbaikan mutu hidup atau kesejahteraan mereka baik dari aspek ekonomi, pendidikan, spiritual, ataupun aspek social suatu individu maupun kelompok (Arifqi, 2019) dalam (Fatine, 2022). Pemberdayaan masyarakat adalah upaya secara sadar dan terencana yang dilakukan oleh masyarakat untuk membuat mereka yang tidak bisa atau tidak mampu menjadi mampu dengan memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan mereka. Tujuan dari artikel ini adalah untuk menjelaskan upaya pemberdayaan masyarakat dibidang ekonomi melalui UMKM Kue Khas Bika Bakar Kayulaut. Upaya ini dilakukan karena masalah

yang diidentifikasi, yaitu menurunnya pendapatan masyarakat desa Kayulaut dari tahun ke tahun, dan karena masyarakat belum memiliki cukup pengetahuan dan keterampilan untuk membantu perbaikan ekonomi atau meningkatkan pendapatan keluarga mereka melalui UMKM. Meskipun mereka dianggap sebagai usaha kecil, usaha mikro kecil menengah (UMKM) dapat membawa manfaat ekonomi yang signifikan (Istanti & Sanusi, 2020) dalam (Yani et al., 2020). Produksi UMKM akan berdampak pada ketersediaan lapangan kerja dan meminimalisir tingkat pengangguran (Ratnawati, A. T., 2013). Pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan UMKM adalah langkah yang sangat strategis untuk meningkatkan ekonomi sebagian besar masyarakat, terutama melalui penyediaan lapangan pekerjaan, kelompok usaha, dan kemampuan untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Sejalan dengan pendapat (Nurjaman, 2022) bahwa Di Indonesia, Banyak sumber pendapatan primer atau sekunder rumah tangga berasal dari UMKM yang sejak lama berperan penting dalam kegiatan ekonomi domestic.

Dalam dunia ekonomi, kata "UMKM" merujuk pada usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh UU no 20 tahun 2008. Menurut Pasal 5 Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, tujuan pemberdayaan adalah untuk mendorong dan mendukung masyarakat untuk mencapai tujuannya yaitu 1.) mewujudkan sistem ekonomi negara yang adil, berkembang, dan seimbang; 2) mengembangkan usaha mikro, menengah, dan kecil menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; 3) meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan wilayah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan di kalangan masyarakat.

Berdasarkan permasalahan yang kami dapat pada saat pra pengabdian masyarakat di Desa Kayulaut bahwa terjadi penurunan omset pendapatan pedagang kue bika bakar Kayulaut ,berdasarkan beberapa pendapat pengrajin Kue Bika Bakar Kayulaut salah satunya adalah karena semakin banyaknya makanan makanan, jajanan jajanan modern, makanan – makanan serta jajanan – jajanan modern ini banyak dikenal masyarakat salah satunya di jual melalui on-line, sehingga Kue Bika Bakar Kayulaut yang di anggap lebih sehat karena berbahan alami tidak lagi diminati warga sehingga menjadikan penurunan produksi Kue Bika Bakar Kayulaut dari tahun ke tahun. Selanjutnya keterbatasan ibu – ibu produsen Kue Bika Bakar akan kemampuan penggunaan teknologi mereka tidak ada waktu untuk belajar menggunakan teknologi untuk memasarkan Kue Bika Bakar Kayulaut. Hal ini bertolak belakang dengan

pendapat (Tirtoni & Fitriatien, 2021) dalam (Mubarq et al., n.d.) bahwa kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi secara sistematis dan konsisten terhadap tuntutan dan kemungkinan yang ada dalam rangka memuaskan keinginan pelanggan atau mengatasi masalah konsumen. sebagai mentalitas, perilaku, dan kapasitas untuk memberikan reaksi positif terhadap kemungkinan keuntungan atau layanan yang lebih baik kepada konsumen/masyarakat, dengan terus berusaha mencari dan melayani pelanggan dengan lebih baik. lebih dan lebih baik, dan lebih efisien, melalui keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan inovasi, serta kapasitas manajerial untuk menghasilkan barang yang lebih berharga dan menerapkan metode fungsi baru. Hal di atas adalah satu dari beberapa permasalahan yang di jumpai di lapangan pada Pra Pengabdian Masyarakat, dengan kata lain produsen Kue Bika Bakar belum bersedia berkreatifitas dan takut untuk mengambil resiko Kue Bika Bakar akan sulit dan bahkan tidak laku jika ada perubahan yang dibuat pada produksi Kue Bika Bakar Kayulaut, baik dari segi memasak dan packaging yang di ubah menjadi lebih modern untuk di pasarkan secara online. Selanjutnya tujuan dari artikel ini adalah untuk menjelaskan bagaimana upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion (Nasution & Siregar, 2022), yaitu mempromosikan Kue Bika Bakar oleh Pemuda – Pemudi Desa Kayulaut yang juga sebagian besar adalah anak – anak dari pengrajin Kue Bika Bakar Kayulaut menggunakan Kostum – Kostum Tradisional yang berasal dari seluruh Indonesia, tema Culinary Fashion ini di ambil agar Kue Bika Bakar Kayulaut mendapat tempat di hati seluruh Masyarakat Indonesia, yang di wakili Kostum – Kostum yang dipakai oleh para Model.

Kemudian melalui Tema Culinary Fashion di pilih karena diyakini ketika Kue Bika Bakar di Promosikan Melalui Media social atau melalui E-commerce akan lebih menarik untuk ditampilkan sehingga peminat jajanan Tradisional melirik Kue Bika Bakar Kayulaut untuk menjadi Pilihan jajanannya, sebagaimana telah di sampaikan bahwa salah satu penyebab Kue Bika Bakar Kayulaut tidak lagi diminati Masyarakat khususnya Warga Mandailing Natal dikarenakan pedagang bersaing dengan Pengrajin – pengrajin makanan, jajanan modern yang sangat banyak di promosikan dan bahkan di pasarkan melalui media social dan E-commerce. E-commerce merupakan konsep baru yang biasanya digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet (Shim, Quershi, Siegel, 2000 dalam buku M. Suyanto, 2003: 11) atau proses jual beli atau pertukaran produk,

jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000 dalam buku M. Suyanto,2003:11) dalam (Rahadhini, 2012).

## **METODE PELAKSANAAN**

### **a. Persiapan**

Tahap persiapan dari kegiatan ini adalah pengurusan administrasi yaitu mulai dari izin pengabdian dari Kepala Desa kemudian mengundang door to door pengrajin kue Bika Bakar Kayulaut selanjutnya penentuan konsep mulai dari konsep layout spanduk Pengabdian Masyarakat dan konsep kegiatan Pengabdian Masyarakat, meliputi penentuan waktu pelaksanaan dan rundown acara , lokasi pelaksanaan acara di karenakan kondisi Wilayah Kayulaut yang sedang berada pada musim penghujan, di samping persiapan peralatan dan perlengkapan seperti taratak, kursi, audio system dan lain lain serta pendataan peserta adalah yang juga penting untuk terselenggaranya kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion.

### **b. Tahap Pelaksanaan**

Tahap pelaksanaan ini diawali dengan gelada resik di aula Desa Kayulaut dan di Jalan Raya raya lintas Kayulaut-Roburan, dalam hal ini untuk promosi Kue Bika Bakar Kayulaut di social Media melalui Culinary Fashion kemudian dilanjutkan dengan beberapa kegiatan dibawah ini:

1. Pembukaan oleh Ketua Pengabdian Masyarakat ( Zureid, M.Hi )
2. Pembacaan ayat suci alquran
3. Kata Sambutan oleh Kepala Desa Kayulaut
4. Re-Fashion walk dengan membawa kue bika Putri Wisata Kuliner Indonesia 2023 yang merupakan Putri dari pengrajin dan bagian dari komunitas UMKM Kue Bika Bakar Kayulaut.
5. Fashion walk oleh seluruh Peserta membawa kue Bika Bakar Kayulaut Oleh Putra – Putri Komunitas UMKM Kue Bika Desa Kayulaut.
6. Pengambilan Photo – Photo terbaik untuk Promosi dan Packaging Bika Bakar, Serta promosi Bika Bakar di social media dan E commerce.

7. Penyampaian Materi E commerce dan Packaging oleh Riki Wijayadi  
( CEO Lopo Mandheling )
8. Doa
9. Penutup ( Photo Bersama dengan Pengrajin Bika Bakar Kayulaut )

### **c. Evaluasi**

Jumlah Peserta Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion sebanyak 70 orang Serta di hadiri oleh Kepala Desa Kayulaut. *Setting* tempat harus sesuai dengan rencana di awal dan penyediaan perlengkapan untuk kegiatan juga harus tersedia pada waktu yang tepat dana akan dapat di gunakan sebagai mana mestinya. Pelaksanaan kegiatan akan dimulai pada pukul 08.00 wib s/d selesai .sesuai dengan jadwal yang di tentukan, dan pelaksanaan kegiatan berjalan harus sesuai dengan rundown yang di susun oleh kepanitiaian Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion.

### **d. Proses pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion akan dimulai pada pukul 08.00 wib s/d selesai dari hari rabu tanggal 13 – kamis 14 desember 2023 bertempat di Aula Desa Kayulaut, sesuai dengan jadwal yang ditentukan, dan pelaksanaan yang di susun oleh panitia Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion dengan metode ABCD ( asset based community development ) pelaksanaan kegiatan dimulai dengan pengenalan sejarah Kue Bika Bakar Kayulaut kepada team



Pengabdian Masyarakat sebelum pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion tentang Kue Bika Bakar Kayulaut sebagai usaha rumahan yang dilakukan warga masyarakat Desa Kayulaut dari masa lalu hingga mereka mampu memiliki kehidupan yang sangat layak, yang disampaikan oleh salah satu ibu Pengrajin Kue Bika Bakar Kayulaut yang menjadi sesepuh Kue Bika Bakar Kayulaut dan mengetahui tentang kayulaut sebagai kampong tujuan berwisata Kuliner khususnya menikmati Kue Bika Bakar Mandailing, atau lebih dikenal dengan Kue Bika Kayulaut.

Kemudian dilanjutkan dengan Fashion walk untuk memperkenalkan Kue Bika bakar Kayulaut dan Pengambilan photo peserta Fashion Culinary untuk dapat di tampilkan di social media sebagai bagian dari promosi Kue Bika Bakar Kayulaut , agar tampilan di Sosial Media dan stiker packaging Kue Bika Bakar Kayulaut lebih menarik minat konsumen di pasar local , nasional, bahkan internasional dengan tujuan agar penjualan Kue Bika Bakar Kayulaut paling tidak kembali seperti di masa lalu yang di produksi dengan capaian hingga ratusan Kue Bika dalam satu hari per rumah tangga. Selanjutnya pelaksanaan kegiatan penyajian materi oleh Riki Wijayadi CEO Mandheling Coffe, dalam hal ini telah sukses membawa Kopi Mandailing menjadi usaha frenchise di berbagai wilayah di seluruh Kabupaten/ Kota di Sumatera Utara dan Indonesia serta sukses memasarkannya melalui e – commerce dengan packaging Kopi Mandailing yang sehat, menarik dan masih dengan harga yang terjangkau. Pemateri pada kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion mempelajari dunia kuliner kue rumahan selama 10 tahun. Dalam kegiatan penyampaian materi beberapa proses dilakukan antara alain sebagai berikut ;

### **1. Pembuatan Brand/Logo**

Dalam kegiatan ini Mulai dari menentukan pemilihan huruf dan warna dasar dengan mempertimbangkan banayak hal seperti proses, sifat material dan proses pembuatan serta karakteristik filosofi pemilik usaha pembuatan logo dilakukan secara musyawarah dengan pemilik usaha hingga menghasilkan logo produk dengan nama produk, membuat media pendukung seperti label, spanduk, dan desain kemasan untuk mempercantik produk saat dipasarkan. Materi Logo Konten yang telah dibuat diberikan secara langsung kepada pengrajin UMKM Kue Bika Bakar. Membangun identitas merek membutuhkan enam langkah. Proses pembuatan fasilitas logo UMKM Kue Bika Bakar Kayulaut adalah sebagai



berikut: (1) memberikan informasi tentang apa itu logo dan apa fungsinya untuk suatu usaha; (2) melakukan survei produk dan berbicara dengan pelaku UMKM Kue Bika Bakar Kayulaut dengan tujuan mendapatkan kualitas unik yang akan dipamerkan baik konvensional dan di social media; (3) menentukan faktor-faktor penting dalam memilih tipografi dan warna dasar dengan menganalisis filosofi dan sifat pemilik usaha; (4) memulai proses pembuatan logo dengan berbicara dengan pemilik usaha yang membuat logo untuk nama produk; dan (5) membuat medan iklan.

Dalam langkah awal penciptaan logo dan pembuatan merek, pemateri berbicara dengan para produsen UMKM Kue Bika Bakar Kayulaut dan menanyakan bagaimana mereka menjualnya dan di wilayah mana saja. Dilanjutkan dengan melihat apa yang membuat UMKM Kue Bika Bakar Kayulaut unik dan berbeda terlihat serta bagaimana usaha Kue Bika Bakar ke depan akan di pasarkan baik konvensional dan modern berbasis e-commerce. Setelah itu, pemateri memberikan gambaran awal usaha yang dilakukan oleh peserta, yang akan diubah menjadi gambar yang akan digunakan sebagai logo. Layanan ini memungkinkan peserta untuk mempelajari aspek penting dalam pembuatan logo sebelum mereka membuat desain mereka sendiri. Ini termasuk mempelajari makna warna dalam sebuah logo yang dapat menyampaikan tujuan atau arti bisnis, dan potensi pelanggan. Selanjutnya, memperlihatkan kepada peserta berbagai gaya dan jenis huruf. Pada akhirnya, para pelaku UMKM Kue Bika Bakar Kayulaut memutuskan untuk memberi nama depan pelaku UMKM dan frasa sesuai dengan preferensi mereka sendiri sebagai merek usaha mereka.

## **2. Pengemasan/ Packaging**

Dalam kegiatan Packaging pemateri menyampaikan, langkah-langkah berikut untuk membungkus kue yang baik:

1. **Pilih Kemasan yang Cocok:** Desain kantong seperti Alat Pemanggang Klasik, Toples Kaca Elegan, atau Kantong Kue Daur Ulang dapat menjadi pilihan kemasan yang menarik untuk kue, Pilih Kemasan yang Kokoh: Pastikan kue dikemas dengan kokoh, seperti kantong kardus yang kuat, untuk melindunginya selama pengiriman
2. **Isi Kemasan dengan Rapi:** Pastikan kue dimasukkan dengan rapi, seperti dengan membuat sekat kecil di bagian dalam kantong untuk memungkinkan kue tidak bergeser dan termasuk memotong kue dengan rapi dan disusun dengan menarik di dalam kotak kemasan kue.

3. Menggunakan Bahan Pelindung: menggunakan daun sebagai bahan pelindung tetap disarankan agar tetap mewakili ke khasan Kue Bika Bakar Kayulaut namun menggunakan bahan pelindung seperti bubble wrap untuk melindungi kue dari kerusakan selama pengiriman juga di sarankan.
4. Pastikan Kemasan Tertutup Rapat: Pastikan kemasan kue tertutup rapat, apakah itu menggunakan toples, botol, atau kemasan lainnya.
5. Pertimbangkan Pengiriman: Jika kue akan dikirim, pastikan metode pengiriman yang aman untuk memastikan kue terlindungi selama pengiriman.

### **3. Pembuatan akun di media social untuk promosi dan di jual melalui E-commerce**

Menurut pengalaman pemateri selaku CEO Lopo Mandheling yang sukses membangun bisnis Frenchise Kopi Mandheling di seluruh Indonesia cara yang paling mudah menjualkan produk melalui E- commerce di mulai dari promosi produk di media social selanjutnya adalah dengan Cara;

1. membuat profil bisnis Google.
2. Menambahkan lokasi bisnis ke Google Maps, Untuk menambahkan lokasi bisnis ke Google Maps, yang pertama adalah membuat profil bisnis Google.

cara untuk menambahkan lokasi bisnis di Google Maps, yakni:

1. Buka situs Google Bisnis dan login menggunakan akun Google anda
2. Selanjutnya pada bagian “Cari dan kelola bisnis Anda” isikan nama bisnis Anda.
3. Kemudian klik “buat bisnis dengan nama ini” atau
4. klik “tambahkan bisnis Anda ke Google” Di halaman selanjutnya masukkan “Nama Bisnis” dan “Kategori bisnis”. Kategori bisnis seperti restoran, retail, dan sebagainya,
5. klik”Berikutnya”
6. Selanjutnya Anda bisa memilih apakah lokasi bisnis akan muncul di Google Maps. Jika bisnis Anda terbuka untuk umum maka pilih “Ya”
7. Selanjutnya klik “berikutnya” Masukkan alamat bisnis ke Google Maps isi dengan informasi yang sesuai lalu klik “Berikutnya”
8. Selanjutnya sesuaikan letak titik peta sesuai lokasi bisnis Anda Isikan apakah Anda menyediakan layanan datang ke rumah atau pengantaran ke pelanggan lalu klik “Berikutnya”

9. Tahap selanjutnya adalah menambahkan informasi kontak telepon maupun situs web. Centang “Saya tidak memiliki situs” apabila Anda belum memiliki situs bisnis Klik “Berikutnya” jika ingin melanjutkan pengisian atau klik “lewati” untuk mengisinya kapan-kapan
10. Selanjutnya Anda akan diverifikasi oleh Google. Selanjutnya klik “Berikutnya” Di halaman selanjutnya Anda bisa menambahkan jam kerja ataupun deskripsi bisnis, serta menambahkan fitur pesan, serta foto
11. Selanjutnya Anda akan di bawa pada halaman pencarian Google yang berisi informasi bisnis Anda Melalui halaman tersebut Anda bisa melakukan edit profil untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan.

#### **4. Strategi Pemasaran**

Dalam Kegiatan ini Pemateri menanyakan kepada para Produsen Kue Bika Bakar bagaimana menggunakan pemasaran offline; melalui pesanan dan melalui kenalan mitra. Selanjutnya dalam kegiatan ini pemateri menyarankan untuk juga membangun akun pasar online (seperti Tokopedia, Shopee, dll.) untuk perdagangan di internet dan media sosial untuk pemasaran online. Seperti kita ketahui bersama bahwa media internet adalah alat yang efektif untuk memasarkan merek (Siagian et al., 2020). Produk Usaha Mitra sendiri berbagi informasi tentang berbagai jenis kue di Instagram dan menghubungi orang. Namun, pemateri menyampaikan dalam melakukan transaksi melalui Market Online, pelaku Kue Bika Bakar harus dapat menghitung biaya kirim dan memiliki kemampuan untuk berbicara dan saling memberi informasi antara pembeli dan penjual.

Berikut adalah Photo – photo Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion;



Photo 01. Pra Pengabdian - Saat wawancara dengan nenek umak bou ito dan bou nanang produsen Bika Bakar untuk mendapatkan informasi tentang fakta penurunan omset UMKM Bika Bakar Kayulaut.



Photo 02. Kehadiran Kepala Desa Kayulaut pada Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat







Photo 03. Pada pelaksanaan Kegiatan materi Oleh Pelaku usaha Riki Wijayadi Dan Sesi Pengambilan Photo untuk tampilan promosi di Media social menggunakan Pakaian daerah Melalui Parade Kue Bika Bakar bertujuan untuk menggaungkan Kembali Kue Bika Bakar Kayulaut serta agar warga merasa termotivasi untuk Mengikuti kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion

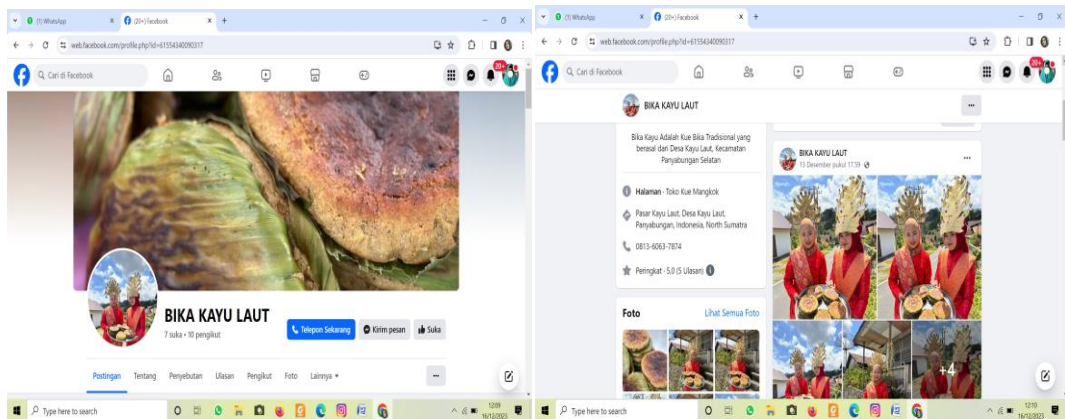


Photo 04. Tampilan Bika Bakar Kayulaut sesudah ada akun di Facebook



Photo 05. (Kiri) Kue Bika Bakar sebelum packaging hanya di letak saja dan dibungkus plastic untuk kemasannya (Hutagalung et al., 2020), dan (kanan) sesudah ada packaging lengkap logo di promosikan menggunakan Akun Bisnis Kue Bika di social media



Photo 06. Bika Bakar Kayulaut di sajikan untuk Turis Mancanegara pada peringatan Hari Pariwisata Sedunia di Desa Kayulaut.

## KESIMPULAN

Tim Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion telah melakukan pengabdian, termasuk pelatihan dan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan, branding produk, dan pemasaran melalui berbagai media online, serta peningkatan kuantitas dan kualitas produksi. Semuanya berjalan sesuai dengan diharapkan

dan dapat memberikan manfaat bagi mitra pengabdian masyarakat dalam mengembangkan pangsa pasar Bika Bakar Kayulaut berkat kerjasama tim pengabdian Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion yang solid dan peran aktif para pemateri. Selain itu, tim pengabdian membuat grup Whatsapp untuk tindak lanjut dari kegiatan Pengabdian Masyarakat **Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa kayulaut melalui UMKM komunitas kue khas Bika bakar kayulaut dengan strategi culinary fashion**, yang membantu mitra meningkatkan kualitas produksi. Melalui pemberdayaan mitra pengabdian dan masyarakat Produsen Kue Bika Bakar Kayulaut sekitar, inisiatif pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Annisa Nabila, S. A. (2023). Potensi Makanan Tradisional Kue Bika Tutung Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Mandailing Natal. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Imelda*, 1(2), 16–24.
- Fatine, S. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Kota Dibidang Ekonomi Melalui Umkm Ladu Arai Pinang Di Lubuk Buaya Kota Padang. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 1(2), 78–83. <https://doi.org/10.34312/ljpm.v1i2.15346>
- Hutagalung, A. qaed, Sianipar, A. S., & Dalimunthe, D. M. J. (2020). Improvement of productivity and quality of entrepreneur Bika Bakar in Medan city. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 271–276. <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v5i2.4916>
- Mubaroq, H., Dzulkarnain, R., Panca, U., Probolinggo, M., & Timur, J. (n.d.). *Rangga+Dzulkarnain+68-79 (2)*. 11(1), 68–79.
- Nasution, D. S., & Siregar, N. (2022). Mengembangkan Potensi Kampung Bika Kayu Laut Menggunakan Sosial Media Melalui Kegiatan Panyabunggan Selatan Culinary Fashion Festival. *Jurnal Pengabdian Mandiri (JPM)*, 1(9), 1707–1718.
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 34–40. <https://doi.org/10.54783/ap.v3i1.6>



- Pradani, R. F. E. (2020). Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Berbasis Potensi Lokal Sebagai Penggerak Ekonomi Desa. *Juornal of Economics and Policy Studies*, 1(1), 23–33. <https://doi.org/10.21274/jeps.v1i1.3429>
- Rahadhini, M. (2012). PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PUSAT KOMUNIKASI BISNIS BERBASIS WEB ( E-COMMERCE ) MD. Rahadhini Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 12–21.
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Yani, A. S., Fauziah, F., Putra, R. J., & Mila, M. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cileuksa Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui UMKM. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (1), 1–5. <https://doi.org/10.31334/jks.v3i1.962>