

ANALISIS MODEL BISNIS INOVATIF KUE PANCUNG KELILING UNTUK PEMBERDAYAAN UMKM TEMBILAHAN

Uya Asy Syuura Anandri*¹, Dwi Yuli Prasetyo², Masril³

¹²Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

³Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indragiri

e-mail: uyaanandrischool@gmail.com¹, dwiyuliprasetyo2@gmail.com², uyabiacen06041979@gmail.com³

Abstrak

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di daerah Tembilahan. Salah satu UMKM yang potensial adalah usaha Kue Pancung keliling milik Pak Safruddin yang telah berdiri sejak 1995. Usaha ini mempertahankan resep tradisional dan menggunakan metode pemasakan khas dengan kompor minyak tanah. Namun, usaha ini menghadapi berbagai tantangan seperti kapasitas produksi terbatas, minimnya inovasi digital, dan persaingan dengan jajanan modern. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan model bisnis inovatif berbasis mobilitas gerobak keliling serta pemasaran digital. Metode yang digunakan mencakup observasi, wawancara, dan pendampingan partisipatif. Hasil menunjukkan bahwa strategi seperti diversifikasi produk, promosi melalui media sosial, dan pemanfaatan momen Car Free Day mampu meningkatkan omzet dan memperluas jangkauan pasar. Analisis SWOT dan CPM mengonfirmasi bahwa kekuatan utama usaha terletak pada keaslian rasa dan pengalaman panjang. Temuan ini menunjukkan pentingnya integrasi inovasi bisnis dan teknologi digital untuk mendukung keberlanjutan UMKM tradisional di era modern.

Kata kunci: UMKM, Kue Pancung, Model Bisnis, Inovasi Digital, Kewirausahaan, Pemasaran Tradisional

Abstract

UMKM have an important role in the Indonesian economy, including in the Tembilahan area. One of the potential UMKM is Mr. Safruddin's mobile Kue Pancung business which has been established since 1995. This business maintains traditional recipes and uses a typical cooking method with a kerosene stove. However, this business faces various challenges such as limited production capacity, lack of digital innovation, and competition with modern snacks. This community service activity aims to analyze and develop an innovative business model based on mobile cart mobility and digital marketing. The methods used include observation, interview, and participatory assistance. The results show that strategies such as product diversification, promotion through social media, and the utilization of Car Free Day moments are able to increase turnover and expand market reach. SWOT and CPM analysis confirms that the main strength of the business lies in the authenticity of taste and long experience. This finding shows the importance of integrating business innovation and digital technology to support the sustainability of traditional UMKM in the modern era.

Keywords: UMKM, Cake Pancung, Business Model, Digital Innovation, Entrepreneurship, Traditional Marketing

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan diukur melalui niat, perilaku, dan intensi individu dalam menciptakan nilai ekonomi melalui inovasi [5]. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia (sekitar 60% PDB) [1]. Di Indragiri Hilir, khususnya Tembilahan, salah satu UMKM lokal adalah pengusaha Kue Pancung (pancong) keliling. Kue tradisional berbahan tepung beras ini sangat diminati karena teksturnya lembut dan rasa gurih-manis khas.

Misalnya, seorang penjual di Pasar Tembilahan melayani hingga 500 potong per hari (10 Kue Pancung per bungkus) dengan harga terjangkau. Meskipun sudah berpengalaman lama (berdiri sejak 1995), usaha ini menghadapi berbagai kendala: skala produksi kecil, promosi konvensional (mulut ke mulut), dan variasi produk yang terbatas.

Kajian literatur menunjukkan bahwa inovasi produk dan pemasaran sangat penting untuk daya saing UMKM kuliner. Inovasi bisnis yang menyertakan integrasi teknologi digital dapat memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi [2]. Pelatihan pengelolaan merek (branding) serta pemanfaatan media sosial terbukti menaikkan penjualan UMKM jajanan tradisional [3]. Namun,

banyak pelaku UMKM fokus pada inovasi produk tanpa merancang model bisnis yang baik. Dengan demikian diperlukan strategi inovatif untuk memberdayakan UMKM Kue Pancung.

Permasalahan yang dirumuskan adalah bagaimana merancang model bisnis inovatif berbasis mobilitas gerobak keliling dan digitalisasi pemasaran untuk memberdayakan UMKM Kue Pancung di Tembilahan. Tujuan kegiatan ini adalah mengembangkan model bisnis tersebut sehingga peningkatan omzet dan kesejahteraan pelaku usaha dapat tercapai.

Kajian literatur primer dan mutakhir mendukung: sektor UMKM penting bagi ekonomi nasional [1], dan inovasi digital serta literasi bisnis menjadi kunci keberhasilan usaha rakyat [2] [3]. Namun, pengelolaan data yang tidak terstruktur dapat menyebabkan tantangan seperti duplikasi data, integritas data yang rendah, serta kesulitan dalam analisis dan pelaporan statistik [4]. Penilaian adalah proses menyimpulkan dan menafsirkan fakta-fakta serta membuat pertimbangan dasar professional yang mengambil kebijakan berdasarkan sekumpulan informasi [6].

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat menggunakan pendekatan partisipatif. Langkah-langkah kegiatan meliputi observasi usaha mitra, pelatihan, dan pendampingan langsung selama proses bisnis. Data dikumpulkan secara deskriptif melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha dan observasi langsung kegiatan produksi serta pemasaran. Data kuantitatif berupa omzet dan volume penjualan juga dicatat sebagai tolok ukur. Keberhasilan diukur berdasarkan perubahan indikator ekonomi (misalnya peningkatan omzet harian) dan perubahan perilaku pemasaran (misalnya penggunaan media sosial).



Gambar 1. Alur Penelitian

Penjelasan Diagram Alir:

- Mulai: Titik awal dari proses penelitian pengabdian masyarakat.
- Identifikasi Masalah & Kebutuhan Masyarakat: Tahap awal untuk memahami isu-isu yang ada di masyarakat dan apa yang paling mereka butuhkan. Ini bisa melibatkan observasi, wawancara, atau diskusi kelompok terfokus (FGD).
- Studi Literatur & Survei Awal: Mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang relevan (jurnal, buku, laporan) dan melakukan survei awal untuk mendapatkan gambaran lebih jelas tentang masalah yang diidentifikasi.

- d) Perumusan Tujuan & Target Pengabdian: Menetapkan apa yang ingin dicapai melalui program pengabdian dan siapa target penerima manfaatnya. Tujuan harus spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART).
- e) Perancangan Program/Intervensi: Mengembangkan rencana detail tentang bagaimana program atau intervensi akan dilaksanakan, termasuk metode, materi, dan sumber daya yang dibutuhkan.
- f) Persiapan & Perizinan: Melakukan persiapan logistik dan mengurus segala perizinan yang diperlukan dari pihak terkait.
- g) Pelaksanaan Program/Intervensi: Mengimplementasikan program atau intervensi sesuai dengan rencana yang telah disusun.
- h) Monitoring & Evaluasi: Memantau jalannya program secara berkala dan mengevaluasi efektivitas serta dampaknya terhadap masyarakat. Ini bisa melibatkan pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif.
- i) Analisis Data & Hasil: Menganalisis data yang terkumpul dari monitoring dan evaluasi untuk menarik kesimpulan tentang keberhasilan program dan area yang perlu ditingkatkan.
- j) Penyusunan Laporan & Jurnal: Menulis laporan lengkap tentang seluruh proses pengabdian masyarakat dan menyusunnya dalam format artikel jurnal untuk publikasi.
- k) Diseminasi Hasil & Dampak: Menyebarkan hasil dan dampak positif dari program pengabdian kepada masyarakat luas, baik melalui seminar, lokakarya, atau media massa.
- l) Selesai: Titik akhir dari satu siklus penelitian pengabdian masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

VISI: “Menghadirkan jajanan tradisional tanpa menghilangkan cita rasa pada zaman modern.”

MISI:

1. Menyekolahkan Anak Hingga Kuliah;
2. Mempertahankan Resep Autentik dengan selalu menggunakan metode masak tradisional (kompor minyak tanah) dan 16 macam bahan pilihan rahasia.

Beberapa pesaing dari *Kue Pancung Tradisional* adalah sebagai berikut:

1. Penjual Pukis Lumer (kompor gas): Usaha yang menawarkan Kue Pukis dengan topping modern (misalnya coklat atau keju) menggunakan kompor gas. Metode ini membuat produksi lebih cepat dan menarik segmen anak muda, namun mengurangi aroma dan cita rasa tradisional. Banyak konsumen menilai Pukis Lumer kurang memiliki rasa gurih otentik karena penggunaan kompor gas. Harga jualnya relatif lebih tinggi (*misalnya Rp15.000 untuk 8 potong*) karena tambahan topping.
2. Penjual Kue Pukis Lapak Pasar: Menempati lapak tetap di Pasar Tradisional Tembilahan dan menggunakan metode tradisional (minyak tanah). Menawarkan dua varian rasa (original dan pandan) dengan harga terjangkau.

Aspek Keuangan

:

- a. Total Biaya = Rp70.000,-
- b. Produk = 500 pcs (2,5 kg)

- A. Harga pokok/pcs = Jumlah biaya : Jumlah produk
= Rp70.000,- : 500 pcs
= Rp140/pcs

- B. Harga jual/pcs = Harga Pokok + Keuntungan yang di inginkan
= Rp140 + Rp360 = Rp500,-

- C. Total pendapatan kotor = Jumlah produk x Harga Jual
 = 500 pcs x Rp500,-
 = Rp250.000,-
- D. Total pendapatan bersih = Pendapatan kotor – Jumlah biaya
 = Rp250.000 - Rp70.000
 = Rp180.000,-
- E. Keuntungan bersih yang didapatkan = Pendapatan Kotor – Jumlah biaya
- 1) Keuntungan perminggu = Keuntungan/hari x 1 Minggu
 = Rp180.000,- x 7 Hari
 = Rp1.260.000,-
 - 2) Keuntungan perbulan = Keuntungan/hari x 1 Bulan
 = Rp180.000,- x 30 Hari
 = Rp5.400.000,-
 - 3) Keuntungan pertahun = Keuntungan/hari x 1 Tahun
 = Rp180.000,- x 360 Hari
 = Rp64.800.000,-

Hal yang menjadi patokan untuk melakukan penilaian pada tabel CPM (*Comperative Performance Matrix*) adalah melalui penilaian visual oleh penulis dan mendata sebagai perbandingan data dengan pesaing sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis CPM

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Kue Pancung Tradisional		Penjual Pukis Lumer		Lapak Pukis Pasar	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Keaslian Rasa	0,20	4	0,80	1	0,20	3	0,60
Variasi Produk	0,15	2	0,30	4	0,60	1	0,15
Kualitas Bahan	0,20	3	0,60	2	0,40	3	0,60
Harga	0,15	4	0,60	1	0,15	3	0,45
Aksesibilitas	0,15	4	0,60	1	0,15	1	0,15
Pengalaman Usaha	0,15	4	0,60	1	0,15	3	0,45
Total	1		3,5		1,65		2,4

(sumber: pengamatan pribadi) 4= sangat kuat; 3= kuat; 2= lemah; 1= sangat lemah

Analisis Strategi SWOT

a. Strenghts (Kekuatan):

1. Pengalaman Panjang (berdiri sejak 1995), membangun kepercayaan pelanggan lokal;
2. Metode tradisional (kompor minyak tanah) menjaga keaslian rasa gurih dan aroma khas;
3. Mobilitas berjualan berkeliling, fleksibel menjangkau lokasi di Tembilahan;
4. Tidak bergantung pada karyawan, seluruh keuntungan menjadi milik sendiri;
5. Diverifikasi produk (Kue Pancung dan Gerobak Pink) menarik segmen luas.

b. Weakness (Kelemahan):

1. Skala usaha kecil (individu) kapasitas produksi terbatas;
2. Beban kerja tinggi (keliling sendiri) dan waktu jual terbatas (libur jumat);
3. Kurangnya inovasi digital, promosi masih mulut ke mulut (belum optimal);
4. Variasi produk relative sedikit, kalah banyak pilihan dibanding pesaing modern.

- c. Opportunities (Peluang):
1. Minat masyarakat terhadap jajanan tradisional masih tinggi
 2. Peluang memperluas pasar melalui penjualan online atau Kerjasama dengan CarFree Day setiap hari Minggu.
- d. Threats (Ancaman):
1. Persaingan dengan penjual yang menggunakan peralatan modern (*kompur gas*) dan inovasi rasa baru, beresiko mengurangi pembeli;
 2. Kenaikan harga minyak tanah atau bahan baku dapat membebani biaya produksi;
 3. Perubahan selera generasi muda ke makanan kekinian mengancam daya Tarik jajanan tradisional;
 4. Resiko operasional (*missal cuaca, Kesehatan*) yang dapat mengganggu kegiatan keliling.

Tabel 2. Analisis Matrix SWOT Kue Pancung Tradisional

	Stenghts (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	1. Pengalaman Panjang 2. Metode Tradisional 3. Mobilitas Berkeliling 4. Keuntungan penuh 5. Diversifikasi produk	1. Kapasitas produksi terbatas 2. Beban kerja tinggi & waktu jual terbatas 3. Promosi tradisional 4. Pilihan produk sedikit
Opportunities (Peluang) 1. Minat tinggi masyarakat terhadap jajanan tradisional 2. Peluang online & CarFree Day	Strategi S-O 1. Tonjolkan pengalaman panjang sejak 1995 dalam menarik minat konsumen baru (O1, S1) 2. Promosikan keaslian memasak Pancung di media social untuk menegaskan nilai tradisional (O1, S2) 3. Manfaatkan mobilitas keliling dengan gerobak pink pada CarFree Day setiap minggu (O2, S3)	Strategi W-O 1. Tawarkan pre-order online untuk menambah kapasitas produksi tanpa perlu tenaga ekstra jalan kaki (O2, W1) 2. Ikut CarFree Day agar beban keliling lebih terstruktur (O2, W2) 3. Kembangkan promosi digital untuk menjangkau pasar lebih luas (O2, W3) 4. Perkenalkan satu atau dua varian rasa baru pandan/coklat (O1, W4)
Treats (Ancaman) 1. Persaingan dengan peralatan modern 2. Kenaikan harga bahan 3. Perubahan selera generasi 4. Resiko Operasional	Strategi S-T 1. Gunakan reputasi lama untuk menegaskan keunggulan tidak menggunakan gas (T1, S1) 2. Tonjolkan metode masak tradisional dalam promosi (T1, S2) 3. Pindah lokasi jika cuaca memburuk (T4, S3)	Strategi W-T 1. Kerjasama dengan pedagang kompor gas jika produksi tradisional terhambat, untuk menjaga ketersediaan produk (T1, W1) 2. Buat jadwal cadangan dan stok pancung di rumah jika cuaca tidak mendukung (T4, W2)

	4. Alokasikan keuntungan langsung untuk bahan Ketika harga naik (T2, S4) 5. Diversifikasi prodik juga menyasar selera tanpa hilangkan ciri tradisional (T2, S5)	3. Implementasikan konten digital untuk mempertahankan minat generasi muda (T3, W3) 4. Tambahkan opsi topping sederhana untuk persaingan modern, tetap jaga metode minyak tanah (T1, W4)
--	--	---

Sumber: Kue Pancung Tradisional

Tabel dan Gambar

Karena jualan Kue Pancung Pak Safruddin berfokus pada penjualan Tradisional, sehingga semua proses pemasakan kue pancung menggunakan resep Tradisional khas pak safruddin menggunakan 16 bahan baku rahasia. Berikut adalah daftar kue yang dijual oleh pak safruddin:

Tabel 3. Daftar Produk Kue Pancung Tradisional

No	Daftar Produk
1.	Kue Pancung Kelapa
2.	Kue Pukis Mesis Coklat
3.	Kue Pukis Mesis Campur

Sumber: Kue Pancung Tradisional

Tabel 4. Daftar Peralatan Kue Pancung Tradisional

No.	Jenis Peralatan	Jumlah Unit	Harga / Unit (Rp)	Harga Prolehan (Rp)
1.	Baskom	2	Rp 10.000,-	Rp 20.000,-
2.	Gelas Takar	2	Rp 5.000,-	Rp 10.000,-
3.	Botol Minyak Tanah	4	Rp 20.000,-	Rp 20.000,-
4.	Kompom Hook	1	Rp 200.000,-	Rp 200.000,-
5.	Centong	1	Rp 10.000,-	Rp 10.000,-
6.	Cetakan Pancung	1	Rp 10.000,-	Rp 10.000,-
7.	Gerobak	1	Rp 4.730.000,-	Rp 4.730.000,-
TOTAL PERALATAN				Rp 5.000.000,-

Sumber: Kue Pancung Tradisional

Tabel 5. Daftar Perlengkapan Kue Pancung Tradisional

No.	Jenis Peralatan	Jumlah Unit/2,5 kg	Harga / Unit (Rp)	Harga Prolehan (Rp)
1.	Bahan Baku Rahasia	16	Rp 45.000,-	Rp 20.000,-
2.	Minyak Tanah	1	Rp 25.000,-	Rp 25.000,-
TOTAL PERLENGKAPAN				Rp 70.000,-

Sumber: Kue Pancung Tradisional

Tabel 6. Perkiraan Tenaga Kerja Selama 5 Tahun

Jabatan	Jumlah Karyawan				
	2021	2022	2023	2024	2025
Pemilik	1	1	1	1	1
Total Tenaga Kerja	1	1	1	1	1

Sumber: Kue Pancung Tradisional

Tabel 7. Rencana Waktu Kegiatan Operasional *Kue Pancung Tradisional*

Jam\Hari	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	Minggu
06.00 - 07.00					Libur		
07.00 - Habis							

Sumber: *Kue Pancung Tradisional***Ramalan Penjualan**

Berikut proyeksi penjualan dari *Kue Pancung Tradisional* dengan asumsi pembelanjaan perorang minimal Rp5.000,- dan kenaikan penjualan sebesar 25% per tahun

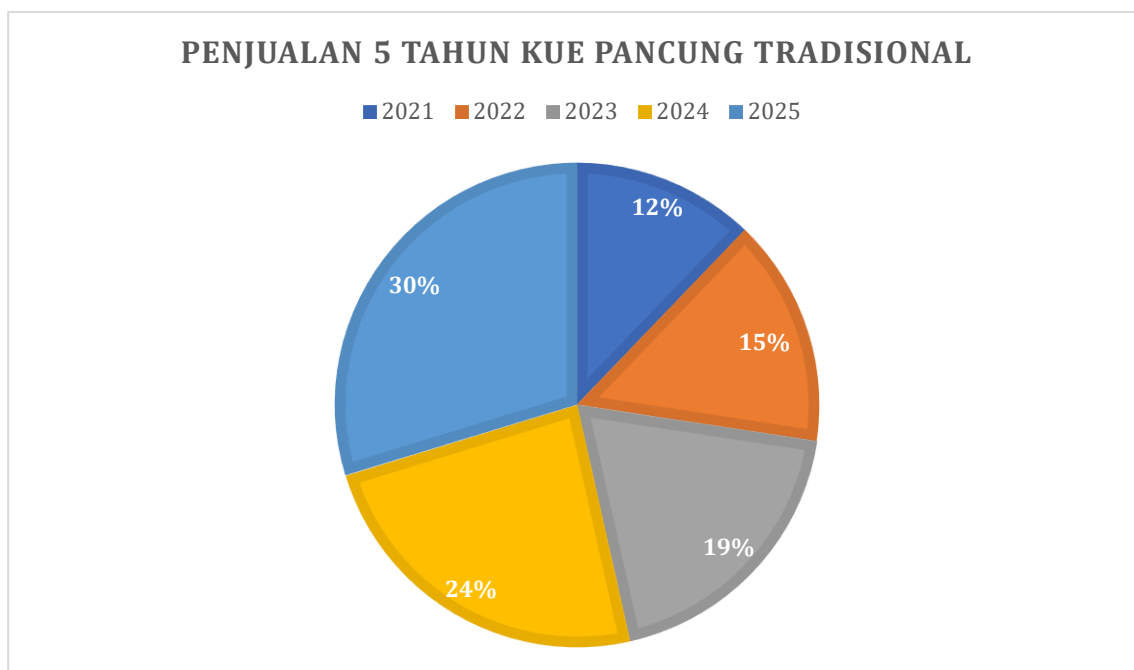
Tabel 8. Proyeksi Penjualan per-Bulan *Kue Pancung Tradisional*

Bulan	Konsumen	Total (Rp)
Januari	250	1.250.000,-
Februari	300	1.500.000,-
Maret	340	1.700.000,-
April	350	1.750.000,-
Mei	340	1.750.000,-
Juni	415	2.075.000,-
Juli	410	2.050.000,-
Agustus	395	1.975.000,-
September	400	2.000.000,-
Oktober	400	2.000.000,-
November	390	1.950.000,-
Desember	400	2.000.000,-
Total Penjualan		22.675.000,-

Gambar 2. Proyeksi Konsumen Penjualan Perbulan *Kue Pancung Tradisional*

Tabel 8. Proyeksi Penjualan per-Bulan Kue Pancung Tradisional

Tahun	Penjualan/Tahun (Rp)
2021	21.950.000
2022	27.437.500
2023	34.396.875
2024	42.871.093
2025	53.588.866



Gambar 3. Proyeksi Penjualan 5 Tahun Kue Pancung Tradisional

4. KESIMPULAN

Model bisnis inovatif Kue Pancung keliling telah terbukti meningkatkan pemberdayaan UMKM di Tembilahan. Penerapan strategi seperti promosi online, diversifikasi rasa, dan mobilitas gerobak mendukung peningkatan omzet dan jangkauan pasar. Analisis CPM dan SWOT menegaskan kekuatan autentisitas produk dan pengalaman usaha lama, meskipun tantangan seperti keterbatasan produksi dan persaingan modern perlu diatasi. Dengan dukungan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, prospek usaha Kue Pancung tradisional ini tetap cerah, terutama melalui optimalisasi pemasaran digital dan pengembangan produk kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Yuni Luis *et al.*, "Empowering Business Process Improvement of Kue Basah Ny. Anong in Cianjur, West Java," *JSCD (Journal of Sustainable Community Development)*, vol. 2, no. 2, pp. 62–74, Nov. 2020, doi: <https://doi.org/10.32924/jscd.v2i2.17>.
- [2] M. R. Hutomo and S. Padmanty, "Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Inovasi Produk Makanan untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian di Era Digital," *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, vol. 5, no. 2, pp. 946–954, Mar. 2025, doi: 10.60036/jbm.608.
- [3] A. D. Y. Pratama, I. G. A. A. D. Susanthi, and N. M. R. Juniariani, "PKM PEMBERDAYAAN UMKM JAJAN TRADISIONAL DI KELURAHAN KAWAN BANGLI," *Linguistic Community Service Journal*, vol. 5, no. 2, pp. 59–63, Sep. 2024, doi: <https://doi.org/10.55637/licosjournal.5.2.10278.59-63>.

- [4] M. N. Arkan and U. A. S. Anandri, "PERANCANGAN ENTITY-RELATIONSHIP DIAGRAM (ERD) MENGGUNAKAN SQL SERVER DATABASE PADA PLATFORM TAUTAN HALAMAN WEB LYNK.ID," *Jurnal Sistem Informasi (TEKNOFILE)*, vol. 3, no. 4, pp. 221–227, Apr. 2025.
- [5] S. M. Aryadisyawal and D. Isfianadewi, "Pengaruh Knowledge Management terhadap Kinerja Operasional yang Dimediasi oleh Inovasi Produk dan Proses pada Industri Kuliner," *Selekta Manajemen*, vol. 3, no. 1, pp. 65–80, 2024.
- [6] S. Y. E. Sudiarti and F. Wahab, "Perancangan database sistem pengolahan nilai mahasiswa di Universitas Islam Indragiri menggunakan ERD," *Jurnal Sistem Informasi (TEKNOFILE)*, vol. 3, no. 2, pp. 97–104, 2025.