

---

**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PADA UMKM “KIM KEE CURRY PUFF”****Oleh****Raja Hardiyansyah<sup>1</sup>, Armansyah<sup>2</sup>****<sup>1,2</sup>STIE Pembangunan Tanjungpinang****E-mail <sup>2</sup>[Manchah494@gmail.com](mailto:Manchah494@gmail.com)**

---

**Article History:***Received: 11-09-2024**Revised: 08-10-2024**Accepted: 14-10-2024***Keywords:***Pengabdian, UMKM,  
KIM KEE CURRY PUFF*

**Abstract:** *UMKM Kim Kee Curry Puff juga merupakan produk kuliner yang menjual makanan dengan menggunakan bahan dasar tepung terigu, bentuknya sekilas mirip pastel tetapi menggunakan kulit pastry. Toko ini telah beroperasi dari tahun 1997 yang berposisi di Kota Batam dan merupakan usaha turun temurun yang saat ini dijalankan oleh Pak Kim Kee yang merupakan generasi kedua. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendekatan pelatihan, meliputi: Metode observasi, Metode Wawancara, Tahap Pelatihan. Pak Kim menjual Curry Puff dengan berbagai varian rasa yang berbeda, yang membuat produk makanan ini unik dan berkesan dilidah pembeli. Namun sayangnya Pak Kim belum memiliki logo usaha dan spanduk informasi serta packaging yang kurang menarik. Sehingga team membuat logo yang kemudian di setujui dijadikan logo usaha dan sticker yang akan di aplikasikan pada packaging yang juga didesain oleh team agar produk lebih terlihat menarik.*

---

**PENDAHULUAN**

Pada masa kini Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan metode atau sarana pembelajaran bagi mahasiswa/i S1 yang dikembangkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai segi kehidupan bermasyarakat. Tujuan dilaksanakan PKM adalah untuk menumbuhkembangkan rasa empati dan kepedulian terhadap akademik. Dalam kegiatan ini mahasiswa memberikan pengalaman ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga dapat memberikan pengarahan untuk memecahkan masalah dan menanggulangnya secara tepat.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diharapkan melahirkan pribadi yang tangguh, unggul, berkepribadian mulia, serta dapat menjadi pribadi yang luar biasa ketika sudah terjun ke masyarakat dan berjiwa kepemimpinan. Dalam hal ini, mahasiswa diperankan sebagai problem solver, motivator, fasilitator, dan dinamisator dalam proses penyelesaian masalah dan pembangunan / pengembangan masyarakat. Melalui beberapa konsep tersebut, maka kehadiran mahasiswa sebagai intelektual muda diharapkan mampu mengembangkan diri sebagai agen atau pemimpin perubahan yang secara cerdas dan tepat menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakatnya.

Kota Tanjungpinang merupakan ibukota Provinsi Kepulauan Riau dengan fungsi sebagai pusat pelayanan administrasi dan pemerintahan provinsi, pusat pendidikan, perdagangan dan jasa, pengembangan pariwisata dan kebudayaan melayu serta sebagai pusat pelayanan transportasi di Provinsi Kepulauan Riau. Tanjung Unggat adalah salah satu



kelurahan yang berkembang di Kecamatan Bukit Bestari, Kota Tanjungpinang. Kelurahan Tanjung Unggat mempunyai beberapa keunggulan yang ada di dalamnya. Salah satunya adalah keunggulan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Tanjung Unggat. Banyak UMKM di Kelurahan Tanjung Unggat yang unggul dan dapat bersaing dengan produk produk di luaran.

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tanjungpinang di tahun 2019 terdapat 52 badan usaha baik terdiri dari IKM, UKM, dan UMKM. UMKM merupakan bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan.

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Berdasarkan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah *asset* maksimal 0 hingga 50 juta dan omset total 0 hingga 300 juta. Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di Negara – negara berkembang. Dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran UMKM yang merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan.

Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil. Dalam bidang ekonomi, inovasi potensi local yang hendak diberdayakan adalah produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bersama antara mahasiswa Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan masyarakat disekitar lokasi yaitu Kelurahan Tanjung Unggat. Kelurahan Tanjung Unggat merupakan salah satu kelurahan yang memiliki jumlah penduduk yang cukup padat dengan kepadatan penduduk 16.083 jiwa. Tugas dan fungsi dari Kelurahan Tanjung Unggat akan dapat terlaksana dan tercapai dengan baik apabila ada kerjasama antara berbagai pihak, mulai dari masyarakat hingga Lembaga Swadaya Masyarakat yang berada di Kelurahan Tanjung Unggat tersebut. Di Kelurahan Tanjung Unggat terdapat 239 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdaftar di Tanjung Unggat berdasarkan dari data yang diperoleh dari Ketua RT setempat.

Apabila perusahaan ingin memenangkan persaingan dalam bisnis, maka perusahaan tersebut harus mampu membuat dan menentukan strategi yang tepat. Hal yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu menggali ide – ide baru sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen saat ini. Dengan melakukan inovasi terus menerus perusahaan juga berupaya untuk menarik calon konsumen hingga menjadi konsumen potensial dan pada akhirnya dapat menjadi pelanggan usaha tersebut, karena kesuksesan perusahaan sangat ditentukan oleh konsumen. Apabila konsumen merasa puas terhadap produk yang kita jual maka ia akan melakukan pembelian ulang. Bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk kita.

Sebagai bentuk untuk menciptakan strategi pemulihan UMKM ditengah Pandemi Covid-19 adalah dengan terhubung oleh ekosistem digital. Karena dengan cara tersebut dapat mendigitalisasi pelaku UMKM untuk tetap dapat melakukan usahanya meskipun terhalang oleh Pandemi Covid-19. Pelaku UMKM sudah bisa merubah dalam membangkitkan usaha – usahanya tersebut dengan menyesuaikan diri di era *new normal* dengan memanfaatkan teknologi cakup digital dalam usaha maupun bisnisnya. Namun dalam upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan suatu keterampilan

khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku UMKM. Oleh karena itu, maka hal tersebut menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi cakup digital.

UMKM Kim Kee *Curry Puff* juga merupakan produk kuliner yang menjual makanan dengan menggunakan bahan dasar tepung terigu, bentuknya sekilas mirip pastel tetapi menggunakan kulit *pastry*. Toko ini telah beroperasi dari tahun 1997 yang berposisi di Kota Batam dan merupakan usaha turun temurun yang saat ini dijalankan oleh Pak Kim Kee yang merupakan generasi kedua. Usaha *Curry Puff* yang dirintis oleh Pak Kim Kee memiliki cukup banyak konsumen sehingga ia melebarkan sayap di Tanjungpinang pada tahun 2014. Usaha ini dapat dikatakan cukup “legendaris” karena telah beroperasi selama 24 tahun.

Bagaimana mengetahui tips dan pentingnya internet sehat bagi pelaku bisnis atau UMKM “Kim Kee *Curry Puff*”?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan Undang – Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah sektor yang penting dalam perekonomian di Indonesia (Triyanto, 2017).

Dalam Undang – Undang, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak yaitu sebesar Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300.000.000,-.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- hingga maksimum Rp.2.500.000.000,-.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,- hingga paling banyak Rp.100.000.000.000,- hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000,- sampai paling tinggi Rp.50.000.000,-.

Sesuai dengan peran strategis UMKM maka banyak UMKM baru tumbuh mengalami tantangan untuk mempertahankan eksistensi dan mengembangkan usahanya (Rosa & Idwar, 2021).

Kelebihan lain dari UMKM ialah lebih dinamis ketimbang perusahaan besar. Indonesia sangat bergantung pada sektor UMKM. Kebanyakan usaha kecil terkonsentrasi pada sektor perdagangan, pangan, olahan pangan, tekstil dan garmen, kayu dan produk kayu, serta produksi mineral non logam. Sektor UMKM diperkirakan menyumbang sekitar lebih dari 50% PDB (terutama di sektor perdagangan dan pertanian) dan sekitar 10% dari ekspor (World Bank, 2014). Di tahun 2016 UMKM berkontribusi terhadap ekspor nasional sebesar 15 %. (KADIN, 2016). UMKM berkontribusi dalam memberi kesempatan kerja sebesar 96,99% terhadap pembentukan PDB sebesar 60,34%, kontribusi lainnya ialah dalam penambahan devisa negara dalam bentuk penerimaan ekspor sebesar RP 27.700 M dan berpengaruh sebesar 4,86% terhadap total ekspor (Diandrino, 2018).



## Penjualan

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan, arti modal yang lain modal meliputi baik modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang (McGee et al., 1977).

Penjualan adalah salah satu kegiatan terbentuknya interaksi secara langsung yang terjadi antara produsen dan konsumen. Tujuan utama dalam penjualan adalah memberikan suatu keuntungan yang menjanjikan sebagai ukuran kelangsungan dalam usahanya. Para pelaku usaha harus bisa mempertahankan kelangsungan suatu usahanya dengan merancang cara yang strategis dan alternative dalam melakukan penjualan.

Tujuan umum penjualan yaitu (Muhajir, 2020) :

- a. Mencapai volume penjualan.
- b. Mendapatkan laba tertentu.
- c. Menunjang pertumbuhan usaha.

Faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu (Muhajir, 2020) :

- a. Kondisi dan kemampuan pasar disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami masalah penting.
- b. Kondisi pasar hal yang diperhatikan pada kondisi pasar.
- c. Modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan.
- d. Kondisi organisasi perusahaan pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

## Pemasaran

Pemasaran penjualan bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terus berkembang cepat hingga saat ini. UMKM membantu menciptakan peningkatan serta pertumbuhan dalam pembangunan ekonomi. Lapangan pekerjaan juga terus terbuka lebar karena adanya UMKM ini. Meluasnya jangkauan pemasaran saat ini membuat para penjual usaha terus berupaya dalam melakukan inovasi serta strategi dalam menawarkan produk yang mereka tawarkan. Membutuhkan cara yang tepat bagi seorang produsen untuk beradu maupun bersaing dalam produk yang dijualnya.

## Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan memilih dan menggunakan teknologi digital di mana dan kapan pun, dengan cara yang terarah. Literasi digital juga terkait dengan pemikiran kritis tentang peluang dan manfaat teknologi digital yang sering digunakan seperti jejaring sosial, dan aplikasi *smartphone* (Rosalina et al., 2021).

Literasi digital dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi. Menurut UNESCO dalam Donny (2017) mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi, dengan kecakapan kognitif maupun teknikal (Wibowo, 2021).

Menurut Gilster (1997:3) mengelompokkannya ke dalam empat kompetensi inti yang perlu dimiliki UMKM sehingga dapat dikatakan berliterasi digital antara lain : *internet searching, hypertextual navigation, content evaluation dan knowledge assembly*.

Terdapat beberapa elemen – elemen literasi digital terdiri yang meliputi (Rosalina et al., 2021) :

- a. *Information Literacy*, yaitu kemampuan menemukan, menganalisis dan merangkum informasi, mengevaluasi kredibilitas sumber informasi, dan kesadaran menggunakan dan mengutip secara etis dan legal, memfokuskan topik dan merumuskan pertanyaan penelitian secara akurat, efektif, dan efisien.
- b. *Computer Literacy*, yaitu kemampuan menggunakan komputer dan *software* aplikasi untuk penyelesaian tujuan.
- c. *Media Literacy*, kemampuan mengkomunikasikan informasi menggunakan media digital.
- d. *Communication Literacy*, kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama baik dalam kerja individu maupun dalam sebuah tim dengan menggunakan media digital.
- e. *Visual Literacy*, kemampuan memahami informasi yang disajikan dalam bentuk grafis atau gambar, kemampuan untuk mengubah informasi dari semua jenis menjadi grafik atau bentuk yang komunikatif.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecepatan akses internet diantaranya adalah (Agency, 1969) :

1. Unit komputer.
2. Modem.
3. Jaringan yang digunakan untuk akses internet.
4. *Bandwidth*.
5. Pengguna didalam jaringan yang sama disaat bersamaan.

### **Internet Sehat**

Internet merupakan singkatan dari *International Networking* yang merupakan jaringan yang bersifat global. Internet merupakan suatu teknologi yang dapat mendukung setiap orang untuk mencapai tujuannya baik secara positif maupun negatif, namun ada hal yang harus diperhatikan yaitu norma –norma dalam penggunaan internet, sehingga dalam penggunaannya dapat berdampak positif. Manfaat jaringan internet adalah dapat menjalin kerjasama satu sama lain antar negara, pribadi maupun kelompok tanpa mengenal jarak dan waktu.

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada Agustus tahun 1969 melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*), dengan mendemonstrasikan *Hardware* dan *Software* komputer yang berbasis UNIX, dengan tujuan awalnya untuk kepentingan militer (Agency, 1969).

Adapun beberapa tips penggunaan internet sehat tanpa kehilangan sisi positif dalam berinternet yaitu (Agency, 1969) :

- a. Jangan sembarang membagikan data pribadi dengan pihak lain.
- b. Posisi komputer ditempat yang terakses oleh pihak lain.
- c. Perlunya pendamping yang bijak dalam mengakses jaringan internet.
- d. Etika.



- e. Pertemanan dengan teman di dunia maya.

### **Knowledge**

*Knowledge* atau pengetahuan adalah kesadaran dan pemahaman akan fakta, kebenaran atau informasi yang diperoleh melalui pengalaman atau pembelajaran (suatu posteriori), atau melalui introspeksi (suatu priori). *Knowledge* adalah penggabungan data, dan informasi. Data adalah fakta mentah. Informasi adalah data yang dilihat melalui sudut pandang tertentu. Pengetahuan adalah informasi dengan panduan untuk suatu aktivitas berdasarkan pandangan dan pengalaman.

Adapun beberapa komponen *knowledge* dapat dikategorikan menjadi (Internet & Web, 2010) :

- a. *Ground truth* : adalah kebenaran yang dicapai dari pengalaman, bukan dari teori.
- b. *Complexity* : situasi yang kompleks mengindikasikan pendekatan yang kompleks dalam penyelesaiannya. Masalah akan menjadi kompleks apabila kurangnya *knowledge*.
- c. *Judgement* : *knowledge* berkembang dan tidak mungkin lagi di terapkan pada situasi aslinya.
- d. *Heuristic (rules of thumb) and intuition* : panduan dalam memudahkan pemecahan masalah
- e. *Value and belief* : tiap orang mempunyai cara pemecahan masalah yang berbeda.

## **METODE**

### **Uraian Masalah**

#### **UMKM Kim Kee Curry Puff**

UMKM ketiga pada tim pengabdian kelurahan Tanjung Unggat ialah Kim Kee Curry Puff, owner Sui Khim Kee beralamat Jl. Brigjen Katamso No 29a Batu 2.5 merupakan produk kuliner yang menjual makanan dengan menggunakan bahan dasar tepung terigu, bentuknya sekilas mirip pastel tetapi menggunakan kulit *pastry*. Toko ini telah beroperasi dari tahun 1997 yang berposisi di Kota Batam dan merupakan usaha turun temurun yang saat ini dijalankan oleh Pak Kim Kee yang merupakan generasi kedua. Usaha Curry Puff yang dirintis oleh Pak memiliki cukup banyak konsumen sehingga ia melebarkan sayap di Tanjungpinang pada Tahun 2014. Usaha ini dapat dikatakan cukup “legendaris” karena telah beroperasi selama 24 tahun.

“Kim Kee Curry Puff” telah menghasilkan Karipap dengan berbagai variasi seperti sarden, ayam rendang, kari kentang untuk yang asin. Tersedia juga varian manis yang terdiri dari kacang merah, kacang hijau, dan keladi. Industri makanan ini merupakan bidang yang semakin berkembang di kota Tanjungpinang dan menjadi pilihan warga Tanjungpinang untuk menikmati cemilan Curry Puff ini. Dengan keunggulan yang dimiliki oleh UMKM ini, dengan ini kami akan membantu memperkenalkan tips dan pentingnya Internet Sehat bagi pelaku bisnis. Produsen UMKM “Kim Kee Curry Puff” untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana perluasan produk.

#### **Perumusan Program Kegiatan**

Perumusan program dan rancangan kegiatan PKM di Kelurahan Tanjung Unggat, sebagai berikut :

1. Begitu pula pada UMKM “Kim Kee Curry Puff”, Bapak Kim tidak memiliki spanduk informasi mengenai berbagai macam produk Curry Puff saja yang di jual, adapun

pak kim juga hanya memiliki *Facebook* sebagai akun sosial media untuk penjualan secara *online*, masih banyak fitur yang dapat dibuat untuk perluasan daya beli pada *Curry Puff* itu sendiri, seperti *Go-Food*, dan *Instagram*, dengan begitu disini kami akan mencoba membantu UMKM ini untuk mengenalkan tips dan pentingnya internet sehat bagi pelaku bisnis.

### Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendekatan pelatihan, meliputi :

1. Metode observasi, yang dimana dilakukannya pengumpulan data mengenai apa saja potensi yang dimiliki oleh UMKM Warkalong, Saudagar Tanjak, Kim Kee dan Kerajinan rajut Nora Soba.
2. Metode Wawancara, teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab secara langsung kepada UMKM Warkalong, Saudagar Tanjak, Kim Kee dan Kerajinan rajut Nora Soba mengenai permasalahan yang ada pada usaha tersebut.
3. Tahap Pelatihan, pelatihan ini digunakan untuk memberikan informasi atau pengetahuan kepada *owner* Warung.
4. Kerang Along dan Saudagar tanjak mengenai literasi digital serta strategi marketing yang efektif, inovasi *packaging* yang menarik. Dan kepada *owner* Kim Kee *Curry Puff* dan kerajinan Rajut Nora Soba mengenai strategi dalam meningkatkan promosi produk makanan dan kerajinan yang dihasilkan oleh usaha tersebut.
5. Tahap Praktik atau pelaksanaan dalam pembuatan *packaging* yang menarik dan inovatif, mempraktikkan perencanaan promosian yang telah dirancang.

### Rencana Program Kerja

Pada UMKM “Kim Kee *Curry Puff*” yang akan kami lakukan ialah evaluasi terhadap *e-marketing* sebagai sarana perluasan usaha, yang mana pada UMKM ini hanya memiliki akun *Facebook* sebagai alat penjualan *online*, maka akan kami coba bantu daftarkan pada aplikasi *Go-Food* dan *Go-Jek* serta akun *Instagram* dengan jangkauan peminat yang lebih luas. Produk yang sangat lezat ini juga perlu di ketahui oleh siapa saja yang lewat di depan stand, maka akan kami buat spanduk yang membantu memberikan informasi seputar varian produk apa saja yang dijual oleh Pak Kim dan informasi seputar akun sosial media untuk pembelian melalui *online*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Kegiatan

#### Kim Kee *Curry Puff*

UMKM Kim Kee *Curry Puff* merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, yang mana disini kelompok kecil 3 melaksanakan beberapa kegiatan antara lain, memperkenalkan sosial media sebagai sarana digital untuk memperluas jaringan konsumen yang akan membuat Kim Kee *Curry Puff* lebih dikenal oleh masyarakat/konsumen. *Team* melakukan sosialisasi kepada bapak Kim tentang cara penggunaan *Instagram*. *Upload* foto *Curry Puff* agar lebih menarik melalui *editing*, *upload story* *Instagram* dan melakukan kegiatan promosi untuk memperluas konsumen pengguna sosial media salah satunya pengguna *Instagram*.

Untuk menarik konsumen itu sendiri, *packaging* yang digunakan harus bagus, dengan demikian *team* membuat desain dan logo sebagai *brand* untuk identitas Kim Kee *Curry Puff* agar lebih dikenal. *Packaging* yang kami pilih dari *paper bag* yang kami desain di tengahnya menggunakan plastik bening agar produk terbungkus juga dapat dilihat dari luar. *Sticker*



yang *team* desain digunakan sebagai daya tarik untuk ditempelkan *sticker* pada *packaging* luarnya. Yang diharapkan dapat digunakan oleh bapak Kim seterusnya sebagai logo/*brand* dari produknya itu sendiri.

Pada UMKM Kim Kee ini, *owner* belum memiliki spanduk sebagai informasi usahanya. *Team* membuatkan spanduk dengan desain *simple*, berupa nama *brand*, dan alamat serta nomor yang bisa dihubungi dan akun sosial media tadi yang telah *team* buat dan sosialisasikan.

Spanduk dipasang oleh *team* PKM dengan harap dapat digunakan oleh pak Kim dan bermanfaat sebaik mungkin.

Nama UMKM	:	Kim Kee Curry Puff
a. Bidang Usaha	:	Makanan
b. Alamat	:	Jalan
c. Pemilik/Pengelola	:	Kim Kee

**Tabel 1 Waktu Kegiatan Pendampingan**

a. Pendaftaran Pendampingan	08 September 2021
b. Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan	23 September 2021 s/d 27 September 2021
c. Penyusunan Rencana Pendampingan	04 Oktober s/d 08 Oktober 2021
d. Pelaksanaan Pendampingan Penerapan Manajemen Dasar Pengelolaan UMK	25 Oktober s/d 30 Oktober 2021
e. Penilaian Hasil Pendampingan	05 November 2021

**Tabel 2 Kinerja Usaha UMKM Sasaran Dampingan (IKU Bisnis/Umum)**

No	Uraian	Satuan	Target	Awal Pendampingan	Akhir Pendampingan	Paska Pendampingan
1	2	3	4	5	6	7
1	Nilai Penjualan	Rp juta /bulan	Rp. 4.000.000,00	Rp. 1.000.000,00	Rp. 2.500.000,00	Rp. 4.500.000,00
2	Nilai Keuntungan Kotor	Rp juta /bulan	Rp. 3.000.000,00	Rp. 2.000.000,00	Rp. 1.500.000,00	Rp. 4.000.000,00
3	Nilai Keuntungan Bersih	Rp juta /bulan	Rp. 5.000.000,00	Rp. 2.500.000,00	Rp. 1.000.000,00	Rp. 1.500.000,00
4	Tingkat Marjin Bersih	(%) penjualan	10%	10%	10%	50%

**Tabel 3. Kinerja Keterlaksanaan dan Output (berkaitan dengan hasil pendampingan)**

No	Materi dan IKU Pendampingan	Waktu Pelaksanaan		Keterlaksanaan *)	Keterangan (Bukti)
		Rencana	Realisasi		
1	2	3	4	5	6
1	Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan UMK :				
	a. Hasil Identifikasi Profil dan Karakteristik UMKM	23-27 September 2021	23-27 September 2021	TS	Wawancara Serta Analisis Data Profil Usaha.
	b. Hasil Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan UMKM	04-08 Oktober 2021	04-08 Oktober 2021	TS	Dokumen Permasalahan Dalam Usaha yang Dijalankan Oleh <i>Owner</i> .



**Gambar 1 Sepanduk UMKM Kim Kee Curry Puff**  
**Gambar 2 Logo UMKM Kim Kee Curry Puff**



**Gambar 3 Akun Instagram UMKM Kim Kee Curry Puff**



**Gambar 4 Product Kim Kee Curry Puff**

Berdasarkan pada hasil pelaksanaan yang telah dilakukan oleh tim pada UMKM Kim Kee *Curry Puff*, kami melakukan beberapa program yang sebelumnya kami buat yaitu diantara membuatkan *owner* logo yang disepakati bersama tim dan *owner* sendiri. Kemudian logo tersebut kami buatkan *sticker* dan cap untuk *packaging* yang akan mempercantik pacakaging dari produk Kim Kee *Curry Puff*. Pemilik UMKM belum memiliki inovasi dan kreatifitas untuk meningkatkan omset serta promosi produk terhadap UMKM yang dijalankannya, sehingga kami memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM tentang strategi pemasaran dengan metode Advertising dan Word Of Mouth. Kegiatan yang kami

lakukan ini diharapkan mampu membantu pemilik UMKM dalam meningkatkan omset UMKM sehingga dapat menaikkan ekonomi masyarakat di masa yang akan datang. Kami mencoba membuat akun media social yang kemudian nanti akan digunakan sebagai sarana memperluas jaringan pemasaran Produk Kim Kee. Tim juga membuatkan sapnduk (Plangsiasi) untuk mempermudah pembeli mengetahui informasi apa saja produk yang dijual oleh Kim Kee.

Berikut adalah lampiran kegiatan pengabdian:



*Penyerahan Surat Izin Untuk Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Kepada Lurah di Kelurahan Tanjung*



*Survey Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)  
"Kim Kee Curry Puff" Kelompok 3 di Jl. Brigjen Katamso  
No. 29a Batu 2.5 Kelurahan Tanjung Unggat*

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

#### ***Kim Kee Curry Puff***

Ini merupakan produksi olahan makanan yang lezat dan sudah cukup lama hadir di Tanjung Pinang. Pak Kim menjual *Curry Puff* dengan berbagai varian rasa yang berbeda, yang



membuat produk makanan ini unik dan berkesan dilidah pembeli. Namun sayangnya Pak Kim belum memiliki logo usaha dan spanduk informasi serta *packaging* yang kurang menarik. Sehingga *team* membuat logo yang kemudian di setuju dijadikan logo usaha dan *sticker* yang akan di aplikasikan pada *packaging* yang juga didesain oleh *team* agar produk lebih terlihat menarik.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

#### **Kim Kee Curry Puff**

Olahan makanan lezat yang di produksi oleh Pak Kim harus terus di jual agar masyarakat Tanjung Pinang dapat merasakan sensasi memakan makanan unik yang di jual oleh Pak Kim, diharapkan *owner* dapat terus mengembangkan usaha nya agar lebih maju dan berkembang. Memanfaatkan teknologi di zaman 4.0 ini, akun sosial media yang telah dibuat dan disosialisasikan semoga di terapkan dengan baik oleh Pak Kim. Serta *packaging* yang sudah didesain dengan kreatif dapat diaplikasikan ke produk *owner* agar terlihat lebih baik lagi. Kemudian *team* dapat terus mengambil sisi positif dengan berkarya dan mengajarkan ilmu nya ke generasi sebelumnya agar tidak tertinggal oleh zaman.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Agency, P. (1969). *Penggunaan Internet Secara Sehat*.
- [2] Internet, P., & Web, W. (2010). *BAB 2 LANDASAN TEORI 2.1 Pengertian*. 9–27.
- [3] McGee, R., Brenneman, D. E., & Spector, A. A. (1977). Regulation of fatty acid biosynthesis in Ehrlich cells by ascites tumor plasma lipoproteins. *Lipids*, 12(1), 66–74. <https://doi.org/10.1007/BF02532975>
- [4] Muhajir, A. (2020). Modal Kerja, Perputaran Piutang, Persediaan Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, 10(1), 33 – 44.
- [5] Rosalina, D., Yuliari, K., Setianingsih, D., Zati, M. R., Ekonomi, F., & Kadiri, U. (2021). *Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kompetensi Literasi Digital Mahasiswa di Era Revolusi Industri 4 . 0 . 6*.
- [6] Triyanto, W. A. (2017). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Tas. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 6(3), 63–67.
- [7] Wibowo, Y. G. (2021). *Analisa Literasi Digital Usaha Mikro , Kecil , Menengah ( UMKM ) Makanan Islami Dalam Kemasan*. 7(1), 127–134.
- [8] Agency, P. (1969). *Penggunaan Internet Secara Sehat*.
- [9] Diandrino, D. (2018). *Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Kedai*.
- [10] Rosa, Y. Del, & Idwar, I. (2021). Kajian Omzet UMKM Kota Padang Saat Pandemi Covid 19 Ditinjau Dari Faktor Internal dan Eksternal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 195–207. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.195>