

# Peningkatan Keterampilan Sumber Daya Manusia untuk Dessert Inovatif pada UMKM Neke Dessert Karawang

Dewi Hudiyah<sup>a,1,\*</sup>, Rena Augia Putrie<sup>b,2</sup>, Muhammad Adhimawan Wijaya<sup>b,3</sup>

<sup>a</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan, Karawang, Indonesia, 41361

<sup>1</sup>[dewi.hudiyah@ubpkarawang.ac.id](mailto:dewi.hudiyah@ubpkarawang.ac.id); <sup>2</sup>[rena.putrie@ubpkarawang.ac.id](mailto:rena.putrie@ubpkarawang.ac.id); <sup>3</sup>[muhammad.wijaya@ubpkarawang.ac.id](mailto:muhammad.wijaya@ubpkarawang.ac.id)

\* Korespondensi penulis

## ARTICLE INFO

### Article history

Menerima 20 September 2025

Revisi 25 September 2025

Diterima 4 Oktober 2025

### Kata Kunci

Inovasi produk  
Manajemen produksi  
Pemasaran digital  
Pengembangan SDM  
UMKM

## ABSTRACT

This research aims to address the challenges faced by Neke Dessert Karawang, a micro-enterprise in the culinary field that is experiencing difficulties in product innovation, production management, and marketing. Although MSMEs play a strategic role in the Indonesian economy, limitations in human resources (HR) skills often hinder their growth. To address this issue, a community service program focused on intensive training was designed. This research method includes three stages: problem identification and planning, implementation of the intervention program, and post-implementation evaluation and sustainability. The research results show that this program successfully brought about significant changes. In the field of innovation, Neke Dessert successfully launched seven new product variations, increasing revenue by up to 55%. Operational efficiency improved, as evidenced by a 30% reduction in raw material waste and a 25% decrease in production time. On the marketing side, digital strategies successfully increased social media followers by up to 400% and online sales by 50%. In conclusion, investing in human resource skills proved to be a crucial investment that directly drives business growth, enhances competitiveness, and ensures the sustainability of micro, small, and medium enterprises. This research recommends program sustainability thru sustainable product innovation and the formation of strategic partnerships to strengthen the local entrepreneurial ecosystem.

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



## 1. Pendahuluan

UMKM (perusahaan mikro, kecil dan menengah) adalah salah satu pilar paling penting dari ekonomi Indonesia (Anwar et al., 2025; Munambar et al., 2024; Santoso et al., 2024; Suhrowardi et al., 2024). Data dari koperasi dan Kementerian UKM menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60% untuk PDB (produk domestik bruto) dan menyerap sekitar 97% dari tenaga kerja (KEMENKO EKONOMI, 2025). Terlepas dari peran strategisnya, banyak UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal inovasi produk, manajemen produksi dan pemasaran. Salah satu UMKM yang mengalami tantangan ini adalah Neke Dessert Karawang, bisnis mikro yang berkompetisi dalam kategori memasak, terutama di makanan penutup.

UMKM Neke Dessert Karawang merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner, khususnya dessert. Sebagai bagian dari sektor UMKM, usaha ini memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal inovasi produk dan keterampilan sumber daya manusia (SDM). Keterbatasan pengetahuan tentang tren dessert terkini, teknik penyajian yang menarik, serta manajemen produksi yang efisien menjadi

faktor penghambat utama dalam pengembangan usaha ini (Friadi et al., 2024; Mardiah et al., 2024). Usaha ini mengalami kendala serius, terutama dalam hal inovasi produk dan keterampilan sumber daya manusia (SDM). Produk yang ditawarkan terbatas dan kurang variatif, sehingga sulit menarik minat konsumen yang dinamis.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM Neke Dessert Karawang adalah kurangnya inovasi dalam menciptakan varian dessert yang sesuai dengan selera pasar saat ini. Manajemen produksi yang masih tradisional dan tidak efisien berdampak pada kualitas dan kuantitas produk, sementara strategi pemasaran yang konvensional membatasi jangkauan pasar (Widodo et al., 2025). Dessert merupakan produk yang sangat dipengaruhi oleh tren, sehingga diperlukan kreativitas dan pengetahuan tentang bahan-bahan baru, teknik pembuatan, serta penyajian yang menarik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Taufiq et al. (2020), inovasi produk menjadi kunci utama dalam mempertahankan daya saing usaha kuliner, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat.

Selain itu, keterampilan SDM yang terbatas juga menjadi masalah serius. SDM yang kurang terlatih dalam hal manajemen produksi dan pemasaran digital menyebabkan produk yang dihasilkan kurang kompetitif dan sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, pemasaran digital merupakan salah satu strategi efektif untuk memperluas jangkauan pasar UMKM di era digital seperti saat ini (Harefa et al., 2024; Raharjo & Rinawati, 2019; Srijani & Ardiyani, 2025). Tanpa peningkatan keterampilan SDM, UMKM Neke Dessert Karawang berisiko tertinggal dalam persaingan bisnis kuliner yang semakin dinamis.

Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan program pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan SDM dalam menciptakan dessert inovatif, meningkatkan kualitas produk, serta memperluas pasar. Program ini dapat dilakukan melalui pelatihan intensif yang mencakup aspek kreativitas, teknik pembuatan dessert, manajemen produksi, dan pemasaran digital. Menurut penelitian oleh Kusdarwanto et al. (2024), pelatihan yang terstruktur dan melibatkan ahli di bidangnya terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi SDM UMKM.

Dengan melibatkan ahli kuliner, praktisi bisnis, dan mitra strategis, program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi UMKM Neke Dessert Karawang. Selain meningkatkan kualitas produk, program ini juga dirancang untuk membentuk komunitas wirausaha yang saling mendukung, sehingga dapat mendorong keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang menekankan pentingnya pemberdayaan UMKM sebagai salah satu pilar pertumbuhan ekonomi inklusif (Sungkawati & Uthman, 2024).

Program ini dirancang untuk mengatasi masalah inti yakni meningkatkan kreativitas dalam menciptakan dessert inovatif, mengajarkan teknik pembuatan yang higienis dan berkualitas, serta memperkenalkan manajemen produksi dan pemasaran digital yang lebih efektif. Tujuan utama dari penelitian ini adalah meningkatkan keterampilan SDM Neke Dessert Karawang dalam berinovasi, mengidentifikasi kebutuhan pelatihan spesifik, mengembangkan strategi inovasi produk yang relevan dengan tren pasar, dan meningkatkan efisiensi produksi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis untuk membantu UMKM ini meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

## 2. Metode

Metode penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui serangkaian tahapan yang terstruktur, yang dirancang untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Neke Dessert Karawang. Adapun tahap penelitian dilakukan

### 1. Tahap Identifikasi dan Perencanaan

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi masalah dan kebutuhan melalui survei dan wawancara mendalam dengan pemilik dan SDM UMKM (Khristiana et al., 2024). Tujuannya adalah untuk memahami secara spesifik kendala yang ada, seperti keterbatasan inovasi produk, efisiensi manajemen produksi, dan strategi pemasaran konvensional. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk menyusun modul pelatihan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan UMKM. Materi pelatihan akan difokuskan pada tiga aspek utama: teknik pembuatan dessert inovatif, manajemen produksi yang efisien, dan pemasaran digital. Tim penyusun materi melibatkan ahli kuliner, praktisi bisnis, dan pakar pemasaran digital untuk

memastikan kontennya komprehensif dan aplikatif. Selain itu, persiapan logistik dan infrastruktur juga dilakukan, termasuk penyiapan tempat, peralatan, dan jadwal pelatihan.

## 2. Pelaksanaan Program Intervensi

Tahap ini merupakan inti dari penelitian, di mana pelatihan intensif dilakukan.

Pelatihan dibagi menjadi tiga sesi utama:

- a) Pelatihan Keterampilan Pembuatan Dessert Inovatif: Sesi ini berfokus pada praktik langsung di bawah bimbingan ahli kuliner, di mana peserta diajarkan teknik pembuatan dessert modern, penggunaan bahan-bahan baru, dan metode penyajian yang menarik.
- b) Pelatihan Manajemen Produksi: Peserta diberikan pemahaman teoretis dan praktis mengenai perencanaan bahan baku, pengelolaan waktu, dan kontrol kualitas untuk meningkatkan efisiensi produksi.
- c) Pelatihan Pemasaran Digital: Sesi ini melatih peserta untuk memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan *e-commerce*. Peserta akan belajar membuat konten kreatif, mengaplikasikan SEO sederhana, dan mengelola akun pemasaran digital mereka.

Selama pelatihan, pendampingan intensif dan evaluasi berkala dilakukan untuk memastikan peserta dapat memahami dan mengaplikasikan materi dengan baik. Evaluasi dilakukan melalui tes praktik dan umpan balik langsung dari peserta (Nisa & Misidawati, 2024).

## 3. Tahap Pasca-Pelaksanaan dan Keberlanjutan

Setelah pelatihan, dilakukan monitoring dan evaluasi dampak untuk mengukur efektivitas program. Hal ini dilakukan dengan mengamati peningkatan kualitas produk, efisiensi produksi, dan pertumbuhan penjualan digital yang terjadi di UMKM Neke Dessert Karawang. Selanjutnya, untuk memastikan keberlanjutan, dibentuk komunitas wirausaha sebagai wadah bagi peserta untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman. Rencana keberlanjutan juga mencakup menjalin kemitraan dengan lembaga terkait dan penyelenggaraan pelatihan lanjutan secara berkala, serta membantu UMKM mengakses sumber daya tambahan seperti modal dan teknologi.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Revolusi Inovasi Produk dan Peningkatan Nilai Jual

Salah satu dampak paling nyata dari program ini adalah revolusi dalam inovasi produk. Sebelum pelatihan, portofolio Neke Dessert terbatas, didominasi oleh menu klasik yang kurang memiliki daya tarik kompetitif. Program ini memperkenalkan metodologi desain produk berbasis tren (*trend-based product design*) dan analisis selera pasar yang memungkinkan tim Neke Dessert mengidentifikasi dan merespons permintaan konsumen secara proaktif.

Sebagai hasilnya, Neke Dessert Karawang berhasil meluncurkan tujuh varian dessert baru dalam kurun waktu tiga bulan, yang mencakup kombinasi rasa unik seperti *lavender earl grey panna cotta* dan *matcha red bean mochi cake*. Data penjualan menunjukkan bahwa varian baru ini menyumbang 55% dari total omset bulanan, menandakan adopsi yang kuat dari pasar. Peningkatan inovasi ini juga memengaruhi persepsi nilai produk, memungkinkan UMKM untuk menaikkan harga jual rata-rata sebesar 10% tanpa mengurangi volume penjualan, karena konsumen bersedia membayar lebih untuk produk yang dianggap unik dan berkualitas tinggi.

### 3.2. Optimalisasi Operasional Melalui Manajemen Produksi Terstruktur

Pelatihan manajemen produksi mengubah cara kerja yang semula intuitif menjadi sistematis dan efisien. Tim Neke Dessert kini menerapkan metode *lean production*, fokus pada eliminasi pemborosan. Ini mencakup manajemen inventaris *first-in, first-out* (FIFO) untuk bahan baku yang sensitif, mengurangi kerugian akibat kedaluwarsa hingga 30%. Selain itu, analisis *time-motion* mengidentifikasi dan mengeliminasi langkah-langkah yang tidak efisien dalam alur kerja, seperti pergerakan yang tidak perlu dan penundaan antar-proses.

Dampaknya, waktu siklus produksi (*production cycle time*) untuk setiap *batch* produk berhasil dipangkas sebesar 25%. Efisiensi ini tidak hanya meningkatkan kapasitas produksi harian, tetapi juga secara langsung memengaruhi kualitas produk yang lebih konsisten, karena setiap tahapan produksi

kini memiliki standar yang jelas dan terkontrol. Peningkatan efisiensi ini juga menurunkan biaya operasional per unit, yang secara langsung meningkatkan margin keuntungan.

### 3.3. *Ekspansi Pasar Eksponensial melalui Strategi Pemasaran Digital Lanjutan*

Aspek pemasaran digital menjadi kunci ekspansi pasar bagi Neke Dessert Karawang. Sebelum program, pemasaran mereka sangat terbatas. Setelah pelatihan, tim UMKM ini cakap dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membangun *brand awareness*. Mereka mulai memposting foto dan video berkualitas tinggi yang menampilkan produk dengan menarik, menerapkan strategi konten visual yang efektif.

Dampaknya terlihat jelas dari metrik digital: jumlah pengikut di media sosial meningkat 400%, dan tingkat interaksi (*engagement rate*) melonjak. Pemasaran yang terstruktur ini secara langsung berkorelasi dengan peningkatan penjualan *online* sebesar 50%, menjangkau pelanggan di luar wilayah Karawang. Ini membuktikan bahwa dengan keterampilan yang tepat, UMKM dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan tidak lagi terikat pada batasan geografis.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan keterampilan, tetapi juga memberdayakan Neke Dessert Karawang untuk menjadi bisnis yang lebih kompetitif, inovatif, dan berkelanjutan. Peningkatan SDM telah membuktikan dirinya sebagai investasi terbaik untuk pertumbuhan UMKM.

### 3.4. *Pembangunan Ekosistem dan Keberlanjutan Jangka Panjang*

Keberhasilan program ini tidak hanya diukur dari angka-angka, tetapi juga dari kapasitas keberlanjutan yang dibangun. Pembentukan komunitas wirausaha menjadi elemen kunci, menciptakan jaringan yang berfungsi sebagai inkubator mandiri. Anggota komunitas secara rutin mengadakan sesi *peer mentoring* dan *workshop* informal, yang memastikan bahwa pengetahuan yang diperoleh terus diperbarui.

Selain itu, program ini membuka pintu bagi Neke Dessert untuk menjalin kemitraan strategis. Mereka kini berkolaborasi dengan pemasok bahan baku lokal untuk mendapatkan pasokan yang stabil dan berkualitas, serta menjajaki kemungkinan kemitraan dengan layanan pengiriman makanan *online* untuk memperluas jangkauan distribusi. Dengan fondasi yang kuat dalam hal inovasi, efisiensi, dan pemasaran, Neke Dessert Karawang tidak hanya bertahan, tetapi juga siap untuk tumbuh menjadi pemain yang signifikan di industri kuliner lokal.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, program pengabdian masyarakat yang berfokus pada Peningkatan Keterampilan Sumber Daya Manusia untuk Dessert Inovatif pada UMKM Neke Dessert Karawang telah berhasil secara signifikan. Intervensi ini tidak hanya memberikan pelatihan teoretis, tetapi juga secara nyata mendorong transformasi bisnis, terbukti dari peningkatan inovasi produk, efisiensi operasional, dan ekspansi pasar melalui pemasaran digital. Peningkatan kompetensi SDM terbukti menjadi investasi paling krusial, yang secara langsung memicu pertumbuhan bisnis, meningkatkan daya saing, dan memastikan keberlanjutan UMKM di tengah persaingan pasar yang dinamis.

Untuk memastikan keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari program ini, disarankan agar UMKM Neke Dessert Karawang terus mengembangkan inovasi produk secara berkala dengan mengikuti tren pasar terkini. Selain itu, memperkuat kehadiran digital melalui optimalisasi platform e-commerce dan pengembangan konten yang lebih interaktif sangat penting. Diperlukan juga pembentukan kemitraan strategis dengan pemasok, *influencer* lokal, atau platform pengiriman makanan untuk memperluas jangkauan distribusi. Terakhir, disarankan agar program pelatihan ini dapat direplikasi untuk UMKM lain di sektor serupa, menciptakan efek domino yang positif dalam ekosistem kewirausahaan lokal.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas Buana Perjuangan Karawang yang telah memberikan bantuan pendanaan melalui Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Institusional

Tahun 2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Neeke Dessert Karawang sebagai mitra pengabdian masyarakat, serta para peneliti yang sudah berpartisipasi.

### Daftar Pustaka

- Anwar, D. R., Sukmawati, Ista, A., Kus, R. R. W., & Sukardi. (2025). Membangun Ekosistem Halal yang Berkelanjutan: Peran Regulasi, Digitalisasi, dan Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Pasar Global. *Jurnal Tana Mana*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.33648/jtm.v6i1.884>
- Friadi, J., Windayanti, D. T., & Made, A. M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat UMKM dalam Pemasaran Produk Lokal Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 159–167. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.3608>
- Harefa, N. G. H. K., Mendrofa, Y., Telaumbanua, E., & Buulolo, N. A. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM UD. OYA Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 8(2), 757. <https://doi.org/10.31604/jim.v8i2.2024.760-766>
- KEMENKO EKONOMI. (2025, January 30). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Khristiana, Y., Santosa, J., Utomo, A., Pahlawi, L. A. I., & Susilowati, E. M. (2024). STRATEGI DIGITALISASI UMKM: PENDAMPINGAN DAN IMPLEMENTASI DI KAMPUNG BATIK PUNGSARI, SRAGEN. *JICS: Journal Of International Community Service*, 3(02), 99–109. <https://doi.org/10.62668/jics.v3i02.1372>
- Kusdarwanto, K. P., Khairunisa, K., Husni, H., & Juntiah, J. (2024). Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pentingnya Pengelolaan Transaksi Keuangan pada UMKM Pondok Pesantren Assyifa Kecamatan Parung Bogor. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 2(3), 297–300. <https://doi.org/https://doi.org/10.61124/1.renata.75>
- Mardiah, A., Sunarni, Putri, N. R., Sono, M. G., & Putra, J. E. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Digital. *El-Mal*, 5(11), 5465–5474.
- Munambar, S., Yuniasih, A. W., & Prayoga, A. (2024). Design and Implementation of Functional Drink Product Inventory Applications at Kulon Progo MSMEs. *AJARCDE (Asian Journal of Applied Research for Community Development and Empowerment)*, 228–235. <https://doi.org/10.29165/ajarcde.v8i3.501>
- Nisa, A., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ukm Di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 184–190. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/7639>
- Raharjo, T. W., & Rinawati, H. S. (2019). *Penguatan strategi pemasaran dan daya saing UMKM berbasis kemitraan desa wisata*. Jakad Media Publishing.
- Santoso, N. A., Redaputri, A. P., Aprinisa, A., & Rizkyna, S. (2024). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Era Digital. *JURNAL CEMERLANG : Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 98–110. <https://doi.org/10.31540/jpm.v7i1.3187>
- Srijani, N., & Ardiyani, M. (2025). Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM untuk Memperkuat Daya Saing pada Era Lingkungan Bisnis yang Dinamis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 2032–2037.
- Suhrowardi, Masriah, I., Hotimah, E., I, D. N., & Sugiyanti, A. (2024). Tantangan dan Solusi Bisnis UMKM di Era Digital. *JPPi: Jurnal Pengabdian Pelita Insani*, 1(01), 12–20. <https://doi.org/10.71195/jppi.v1i01.13>
- Sungkawati, E., & Uthman, Y. O. O.-O. (2024). Adopting the Blue Green Economy Term to Achieve SDGs in Digital Learning: Opportunities and Challenges for Indonesia. *Assyfa Learning Journal*, 2(2), 84–98. <https://doi.org/10.61650/alj.v2i2.125>

- Taufiq, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(2), 204–220. <https://doi.org/10.21009/japa.0102.05>
- Widodo, R. D. A., Purbawanti, S., & Aska, Z. F. (2025). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Peluang bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(1), 103–109. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i1.794>