Copyright © 2026 pada penulis
***Madaniya*, Vol. 7, No. 4, November 2026**

Pemberdayaan Masyarakat melalui Penerapan *Good Manufacturing Practices*, Penguatan *Branding*, dan Pemasaran Digital pada Kelompok Usaha Kue Kenari Mama Eba di Desa Haruku Kabupaten Maluku Tengah

Olivia Talahatu [1], Yonette Maya Tupamahu [2]*, Rudy Ary Barutressy [3], Sintia Picarima [4]

[1–4] Universitas Kristen Indonesia Maluku

* yonettetupamahu@gmail.com

Abstrak

Usaha mikro dan kecil berbasis pangan lokal memiliki potensi untuk dikembangkan, tetapi masih menghadapi kendala dalam standarisasi proses produksi, pengembangan identitas produk, dan pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Kelompok Usaha Kue Kenari Mama Eba di Desa Haruku, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku dalam penerapan prinsip produksi pangan yang baik dan keselamatan kerja, pengembangan merek dan kemasan, serta pemasaran digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan persiapan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Kegiatan melibatkan 10 orang anggota kelompok usaha dengan pendampingan oleh dua orang dosen dan dua orang mahasiswa. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan, observasi, diskusi dan penilaian keterampilan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan mitra sebesar 60% pada materi produksi pangan yang baik dan keselamatan kerja, serta 70% pada materi pengembangan merek dan desain kemasan. Peningkatan keterampilan mencapai 80% dalam penyusunan SOP produksi, 90% dalam pemasaran digital. Kegiatan ini juga menghasilkan SOP produksi dan *Form Quality Control,* identitas visual produk, media pemasaran digital, serta penyerahan peralatan pendukung produksi. Hasil kegiatan memberikan manfaat berupa peningkatan kapasitas produksi, pemahaman higiene dan keamanan pangan, penguatan identitas produk, serta kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi standarisasi produk, pengembangan produk, dan pemasaran digital melalui pendekatan partisipatif merupakan upaya pemberdayaan yang terpadu dalam mengembangkan usaha pangan lokal. Keterlibatan aktif mitra dalam seluruh tahapan kegiatan menjadi unsur penting dalam membangun kemandirian dan keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal.

Kata Kunci: *pemberdayaan masyarakat, kue kenari, good manufacturing practices, branding, pemasaran digital*

Pendahuluan

Desa Haruku merupakan salah satu wilayah di Kecamatan Pulau Haruku, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku yang memiliki potensi hasil hutan bukan kayu, salah satunya adalah tanaman kenari (*Canarium indicum* L.). Tanaman kenari merupakan salah satu tanaman penghasil kacang-kacangan yang memiliki persebaran di kawasan Pasifik Selatan, termasuk Indonesia. Kepulauan Maluku di Indonesia bagian timur diketahui sebagai pusat geografis keanekaragaman genetik genus *Canarium* (Evans, 1996). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa wilayah Maluku memiliki keterkaitan penting dengan keberadaan dan keragaman tanaman kenari, termasuk kenari yang berpotensi dimanfaatkan sebagai sumber pangan dan komoditas bernilai ekonomi.

Tanaman kenari memiliki berbagai manfaat, terutama pada bagian buah dan bijinya. Buah kenari terdiri atas kulit luar (eksokarp), daging buah (mesokarp), tempurung biji (endokarp), dan biji (kernel). Biji kenari merupakan bagian yang memiliki nilai ekonomi karena dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan, baik dikonsumsi secara langsung maupun diolah menjadi berbagai produk pangan. Selain itu, biji kenari memiliki kandungan minyak yang tinggi sehingga berpotensi dikembangkan sebagai bahan baku minyak nabati. Tempurung biji yang keras membungkus bagian kernel dan merupakan salah satu hasil samping dari pengolahan kenari (Grant et al., 2024).

Potensi pemanfaatan biji kenari sebagai bahan pangan didukung oleh kandungan gizi serta komponen bioaktif yang terdapat di dalamnya. Penelitian Leakey, et. al. (2008) menunjukkan biji kenari memiliki kandungan minyak yang tinggi, yaitu sekitar 67,3-75,4%, dengan kandungan protein yang bervariasi sekitar 11,2-13,6%. Penelitian ini juga mengidentifikasi adanya kandungan karbohidrat, vitamin E, serta antioksidan dan senyawa fenolik. Hasil penelitian Hosseini Bai, et. al. (2017) menunjukkan pemanggangan berpengaruh terhadap nilai peroksida, kadar asam lemak bebas dan kandungan protein biji kenari, sedangkan komposisi asam lemaknya tidak mengalami perubahan. Adanya kandungan gizi dan komponen antioksidan tersebut menjadikan kenari berpotensi dikembangkan sebagai bahan baku berbagai produk pangan bernilai tambah.

Pemanfaatan biji kenari sebagai bahan baku produk pangan juga memberikan peluang untuk meningkatkan nilai tambah dan pendapatan masyarakat. Nevenimo, et. al. (2008) menjelaskan bahwa kenari memiliki potensi untuk dikembangkan secara komersial melalui pengolahan dan pemasaran produk, serta dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga petani.

Salah satu bentuk pemanfaatan kenari menjadi produk pangan olahan adalah kue kenari yang diproduksi oleh kelompok usaha mikro dan kecil Mama Eba di Desa Haruku, yang beranggotakan 10 orang ibu-ibu rumah tangga. Produk kue kering ini memiliki cita rasa khas, renyah, gurih, dan manis. Pengolahan tersebut tidak hanya menghasilkan produk pangan berciri khas lokal, tetapi membuka peluang usaha produktif bagi perempuan dan memberikan tambahan pendapatan bagi keluarga. Pemanfaatan biji kenari sebagai bahan baku produk pangan tersebut sejalan dengan kajian Mustamu dan Kewilaa (2024) yang mengungkapkan bahwa biji kenari merupakan salah satu bahan pangan lokal yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Haruku.

Potensi pengembangan usaha kue kenari tersebut perlu didukung oleh pengelolaan usaha yang baik agar dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan. Namun dalam praktiknya usaha mikro dan kecil (UMK) masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan usahanya. BPS (2024) mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi UMK, antara lain rendahnya produktivitas dan penggunaan teknologi, keterbatasan akses permodalan, pemasaran, ketersediaan bahan baku, bimtek serta kemitraan. Sinaga, et. al. (2024) juga menyatakan keterbatasan modal akan menghambat ekspansi atau perluasan usaha.

Berdasarkan hasil identifikasi awal terhadap mitra, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi mitra baik dari aspek produksi maupun pemasaran. Pertama, aspek produksi mitra belum menerapkan *Good Manufacturing Practices* (GMP) atau Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) khususnya terkait higiene dan sanitasi, pengendalian mutu, serta penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). Menurut BPOM (2021b), penerapan prinsip produksi pangan yang baik merupakan aspek penting untuk menjamin keamanan, mutu, dan kelayakan produk pangan yang dihasilkan. Selain itu, produksi melalui sistem pesanan sehingga bahan baku dan bahan penolong dibeli hanya ketika akan berproduksi saja. Kondisi ini menyebabkan kegiatan produksi belum berjalan secara berkelanjutan dan berpotensi membatasi kemampuan kelompok dalam memenuhi permintaan konsumen.

Kedua, dari aspek pemasaran, produk kue kenari dijual masih menggunakan kemasan plastik sederhana dan belum dilengkapi identitas produk berupa logo dan label. Kondisi ini menyebabkan produk belum memiliki identitas dan karakteristik visual yang kuat, sehingga sulit dibedakan dengan produk sejenis oleh pengusaha lain. Selain itu cara pemasaran masih konvensional melalui komunikasi dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan media digital. Padahal, identitas, merek, kemasan dan informasi produk merupakan bagian penting dalam membangun citra produk serta meningkatkan daya tarik konsumen. Sedangkan pemanfaatan media digital dapat memperluas akses pasar dan memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan pengolahan produk, tetapi juga mencakup penguatan manajemen produksi dan pemasaran. Oleh karena itu, dilaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui Program Kemitraan Masyarakat bersama Kelompok Usaha Kue Kenari Mama Eba. Kegiatan ini merupakan pendampingan pertama yang diterima kelompok usaha. Solusi yang ditawarkan kepada mitra difokuskan pada dua aspek utama, yaitu peningkatan kapasitas produksi dan peningkatan kapasitas pemasaran.

Peningkatan produksi dilakukan melalui penguatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pengelolaan proses produksi, penerapan higiene dan sanitasi, pengendalian mutu, serta penerapan K3. Sementara itu, peningkatan kapasitas pemasaran dilakukan melalui pengembangan identitas produk, pembuatan logo dan label, perbaikan desain kemasan, penguatan *branding*, serta pelatihan pemanfaatan media digital untuk promosi dan pemasaran produk. Kedua aspek tersebut diharapkan dapat saling mendukung dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing usaha.

Kegiatan ini penting dilaksanakan mengingat kenari merupakan salah satu potensi pangan lokal khas Maluku yang perlu dikembangkan melalui inovasi pengolahan dan penguatan kapasitas pelaku usaha. Pengembangan produk ini akan berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah komoditas, memperkuat ekonomi masyarakat dan membuka peluang bagi kelompok perempuan di perdesaan. Disisi lain, perkembangan teknologi informasi memberikan peluang bagi usaha mikro dan kecil untuk memperluas jangkauan promosi dan pemasaran melalui media digital. Oleh karena itu, peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pengelolaan produk serta pemanfaatan teknologi menjadi bagian penting dalam mendukung pengembangan produk pangan lokal. Hal ini sejalan dengan Mustamu dan Pattiruhu (2024) yang juga melakukan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan potensi sagu di Desa Haruku.

Dengan demikian, kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Kelompok Usaha Kue Kenari Mama Eba dalam pengelolaan produksi yang memenuhi prinsip higiene dan sanitasi serta pengendalian mutu, sekaligus meningkatkan kemampuan mitra dalam membangun identitas produk, mengembangkan kemasan, dan memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Melalui kegiatan ini diharapkan produk kue kenari memiliki kualitas dan daya saing yang lebih baik serta usaha kelompok dapat berkembang secara berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Haruku, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku pada tanggal 4 September 2026. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat usaha mikro dan kecil kue kering berbahan khas lokal yaitu kenari. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu pendekatan partisipatif (*participatory approach*), di mana mitra terlibat aktif dalam seluruh tahapan kegiatan.



***Gambar 1**. Lokasi Kegiatan PKM di Desa Haruku*

Tahapan kegiatan meliputi: pertama, Tahap Persiapan, pada tahap ini dilakukan koordinasi dengan mitra, menyepakati waktu kegiatan, belanja alat dan bahan yang diperlukan, persiapan kuesioner pre-test dan post-test serta lembaran evaluasi.

Kedua, Tahap Pelaksanaan, dilakukan oleh Tim terdiri dari 2 orang dosen dan 2 orang mahasiswa, bentuk kegiatannya yaitu sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Materi yang diberikan yaitu: 1) Prinsip dasar GMP dan K3; 2) Sosialisasi pembuatan *branding* berbasis teknologi (logo dan desain kemasan); 3) Pelatihan dan pendampingan pembuatan SOP GMP; 4) Pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis digital; 5) Monitoring dan Evaluasi. Tahapan kegiatan, yaitu: tim mempersiapkan materi sosialisasi. Mahasiswa berperan selaku moderator, membagikan kuesioner pre-test dan post-test bagi peserta untuk mengetahui bagaimana pemahaman awal dan akhir, membagikan daftar hadir dan membuat dokumentasi foto dan video selama kegiatan. Setelah itu dilakukan presentasi materi, dilanjutkan diskusi dan tanya-jawab terkait topik yang dibahas. Ketua Tim merangkum hasil pemaparan materi dan diskusi yang telah dilakukan secara singkat.

Indikator keberhasilan kegiatan dapat dilihat berdasarkan hasil monitoring kegiatan, yaitu: pelaksanaan kegiatan sesuai jadwal, koordinasi internal tim dan koordinasi dengan mitra, jumlah kehadiran peserta sesuai yang direncanakan, hasil penilaian yang diberikan ke peserta pada setiap pertemuan kegiatan sosialisasi dan pelatihan serta pendampingan; lembaran observasi pre-test dan post-test, lembaran evaluasi keterampilan, situasi selama kegiatan berlangsung, interaksi tim dengan peserta; dan tanggapan peserta tentang kegiatan dan dampak yang dirasakan.

Evaluasi dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan kegiatan dilakukan dan pencapaian yang diperoleh yaitu melalui perbandingan sebelum dan sesudah kegiatan di antaranya evaluasi kualitatif dan evaluasi kuantitatif berdasarkan hasil observasi, *checklist*, pre-test dan post-test. Selanjutnya dalam evaluasi ini juga merangkum pemanfaatan dan tujuan PKM melalui wawancara di akhir bersama mitra.

Hasil dan Pembahasan

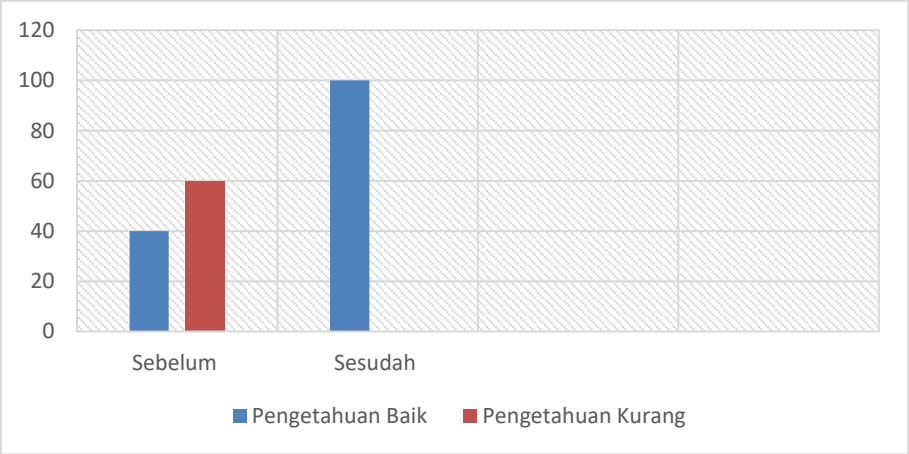
Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok kue kenari Mama Eba di Desa Haruku, Kabupaten Maluku Tengah, telah terlaksana dengan baik sesuai dengan tahapan dan kesepakatan bersama mitra. Kegiatan ini mencakup sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang berfokus pada peningkatan kapasitas mitra dalam penerapan GMP dan K3, pengembangan *branding* produk berbasis teknologi, serta penguatan pemasaran digital. Meskipun terdapat penyesuaian waktu pelaksanaan akibat kendala transportasi dan keterbatasan kepemilikan perangkat Android oleh anggota kelompok, seluruh rangkaian kegiatan tetap dapat dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif, diskusi interaktif, praktik langsung, dan pendampingan menggunakan fasilitas teknologi yang tersedia.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mitra sebesar 60% pada materi GMP dan K3 serta 70% pada materi *branding* produk. Sementara itu, peningkatan kemitraan mitra mencapai 80% pada penyusunan SOP GMP, 70 % pada pembuatan paket *branding*, dan 90% pada pelatihan pemasaran digital. Selain peningkatan pengetahuan dan ketrampilan, kegiatan ini juga menghasilkan sejumlah luaran berupa peralatan pendukung produksi, desain logo dan kemasan, akun media sosial, toko daring pada Tokopedia, konten promosi produk, serta dokumen SOP yang mencakup berbagai tahapan proses produksi dan *Form Quality Control*. Berbagai luaran tersebut diharapkan

dapat mendukung berbaikan tata kelola produksi, peningkatan konsistensi mutu dan keamanan pangan, penguatan identitas produk, serta perluasan jangkauan pemasaran kue kenari Mama Eba. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan dan teknologi, tetapi juga pada penguatan kemandirian dan keberlanjutan usaha mitra.

Sosialisasi Prinsip Dasar *Good Manufacturing Practices* (GMP) dan K3

Pelaksanaan sosialisasi prinsip dasar GMP dan K3 merupakan langkah awal dalam meningkatkan pemahaman mitra terhadap pentingnya penerapan standar keamanan dan mutu pangan dalam proses produksi kue kenari. Hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mitra sebesar 60% setelah mengikuti kegiatan sosialisasi (Gambar 2 dan 3). Capaian ini mengindikasikan bahwa metode penyampaian materi yang disertai interaksi langsung dapat membantu mitra memahami prinsip dasar produksi pangan yang aman dan higienis.



***Gambar 2**. Pengetahuan mitra setelah sosialisasi terkait prinsip dasar Good Manufacturing Practices (GMP) dan K3*

Secara konseptual, GMP merupakan pedoman yang harus diperhatikan dalam setiap tahapan produksi pangan untuk menjamin keamanan, mutu, dan kelayakan produk untuk dikonsumsi. Penerapan GMP mencakup berbagai aspek dalam kegiatan produksi, termasuk lokasi dan lingkungan produksi, bangunan dan fasilitas, peralatan produksi, bahan baku, proses pengolahan, higiene karyawan, penyimpanan, pengemasan, serta pengendalian proses produksi (Kementerian Perindustrian RI, 2010; BPOM, 2021b). Dengan demikian, penerapan GMP tidak hanya berorientasi pada hasil akhir produk, tetapi juga pada pengendalian setiap tahapan produksi untuk mencegah terjadinya kontaminasi dan menjaga konsistensi mutu pangan.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan pengabdian Alexandra, et.al. (2023) yang mengangkat edukasi higiene dan sanitasi pangan bagi UMKM melalui kegiatan pendampingan. Kegiatan tersebut menekankan pentingnya peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap kebersihan dan keamanan pangan dalam mendukung keberlangsungan usaha kuliner. Hal serupa juga terlihat dalam pendampingan standarisasi keamanan pangan yang dilakukan Istianah, et. al. (2026), yang menunjukkan bahwa edukasi, penyusunan SOP, dan

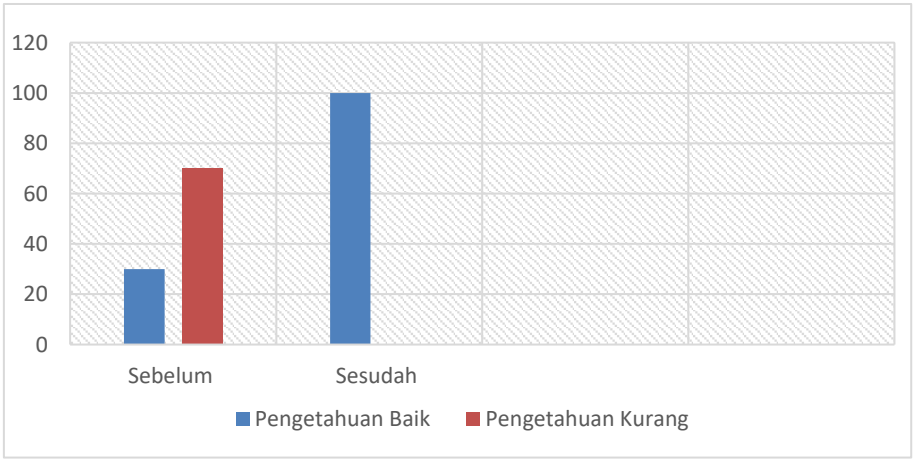
pendampingan penerapan GMP dapat meningkatkan kepatuhan terhadap standar produksi serta konsistensi mutu produk UMKM.



***Gambar 3**. Sosialisasi terkait prinsip dasar Good Manufacturing Practices (GMP) dan K3*

Sosialisasi Pembuatan Branding Berbasis Teknologi (Logo dan Desain Kemasan)

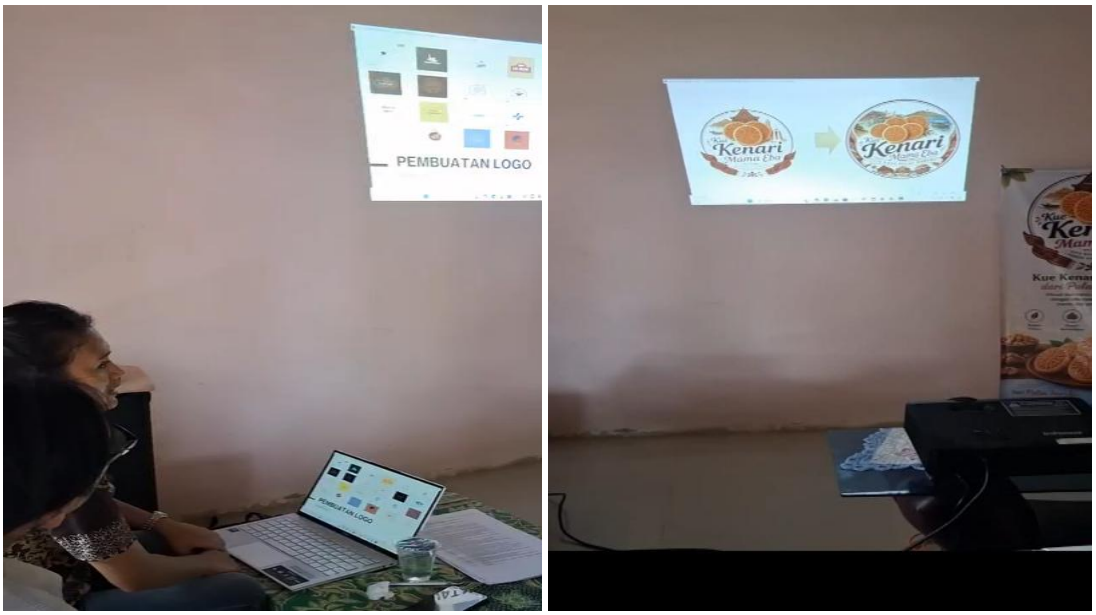
Sosialisasi pembuatan branding berbasis dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya identitas produk dalam membangun citra dan daya saing usaha. Materi yang diberikan mencakup pengenalan fungsi logo, prinsip desain kemasan, dan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan identitas visual produk. Hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mitra sebesar 70% (Gambar 4 dan 5). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dapat memberikan pemahaman baru kepada anggota kelompok mengenai pentingnya *branding* sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.



***Gambar 4**. Pengetahuan mitra setelah sosialisasi pembuatan paket branding berbasis teknologi (Logo dan Desain Kemasan)*

Branding merupakan salah satu strategi dalam membangun identitas dan citra produk agar memiliki karakteristik yang dapat dikenali serta dibedakan dari produk pesaing, Logo dan kemasan merupakan elemen penting untuk mendukung identitas produk sekaligus

menjadi media penyampaian informasi kepada konsumen. Menurut BPOM (2021a), merek atau nama dagang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki pembeda dan digunakan dalam kegiatan peredaran pangan. Label pangan olahan harus memuat informasi yang benar, tidak menyesatkan, mudah dibaca, serta mencakup keterangan penting mengenai produk, komposisi, berat bersih, identitas produsen, dan informasi lainnya sesuai ketentuan.



***Gambar 5**. Sosialisasi pembuatan branding berbasis teknologi (logo dan desain kemasan)*

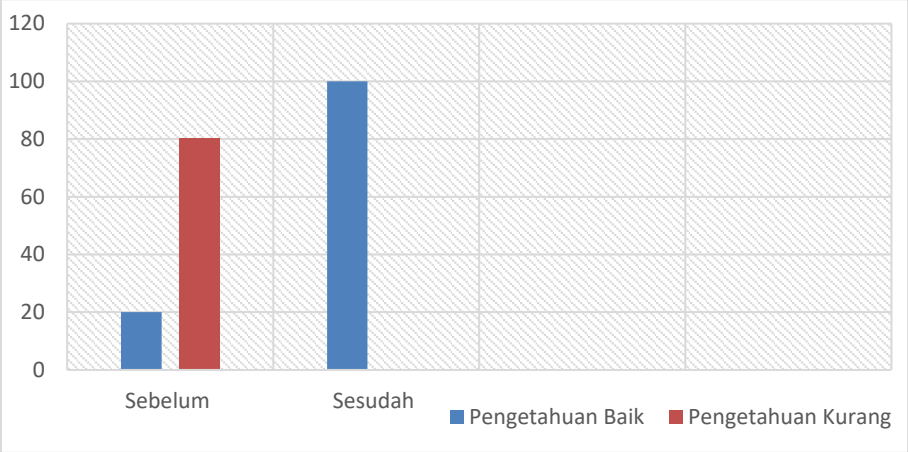
Bagi kelompok kue kenari Mama Eba, pengembangan *branding* memiliki nilai strategis karena produk pangan yang dihasilkan merupakan pangan olahan berbahan khas lokal yaitu kenari. Identitas visual yang baik dapat membantu memperkenalkan karakteristik produk sekaligus memperkuat keterkaitannya dengan potensi pangan lokal Desa Haruku. Hasil kegiatan ini sejalan dengan pengabdian Mariana, et.al. (2025) di mana pengembangan kemasan dan identitas merek dapat membantu UMKM menghasilkan kemasan baru dan membangun konsistensi identitas merek. Ditambahkan juga bahwa pendekatan pendampingan secara partisipatif dan keterlibatan pelaku UMKM dalam proses pengembangan kemasan dan *branding* dapat menghasilkan identitas merek yang lebih konsisten serta meningkatkan kualitas tampilan produk. Pengembangan desain bersama mitra juga penting agar identitas visual yang dihasilkan tidak hanya menarik secara estetika, tetapi mampu merepresentasikan karakteristik dan keunggulan produk yang dikembangkan.

Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan SOP GMP

Pelatihan dan pendampingan penyusunan *Standard Operating Procedure* (SOP) berbasis GMP dilaksanakan untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam menyusun dan menerapkan prosedur kerja yang terstandar pada setiap tahapan produksi kue kenari. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan ketrampilan sebesar 80% (Gambar 6 dan 7). Capaian tersebut menunjukkan bahwa praktik langsung dan pendampingan dapat

membantu mitra memahami proses penyusunan SOP sekaligus menghubungkan dengan aktivitas produksi yang dilakukan.

SOP merupakan dokumen tertulis yang memuat tahapan dan tata cara pelaksanaan suatu kegiatan sebagai pedoman agar pekerjaan dapat dilakukan secara terarah dan konsisten. Dalam industri pangan, penyusunan SOP turut mendukung penerapan GMP untuk memastikan setiap tahapan produksi dilaksanakan secara konsisten, terkendali dan sesuai prinsip keamanan pangan. Penerapan SOP juga dapat mengurangi risiko kesalahan kerja, mencegah kontaminasi, serta membantu mempertahankan mutu produk.



***Gambar 6**. Keterampilan mitra setelah pelatihan dan pendampingan pembuatan SOP GMP*

Dokumen prosedur operasional yang dihasilkan terdiri atas 10 SOP dan 1 *Form Quality Control*, yaitu: 1) SOP Personal Higiene sebagai pedoman menjaga kebersihan dan kesehatan pekerja serta kualitas produk; 2) SOP Penerimaan Bahan Baku, sebagai panduan pemeriksaan dan penentuan kelayakan bahan baku; 3) SOP Penyimpanan Bahan Baku, sebagai panduan penempatan dan penyimpanan bahan baku sebelum digunakan; 4) SOP Produksi Kue Kenari, sebagai pedoman pengolahan dan pemanggangan bahan baku menjadi produk kue kenari; 5) SOP Sanitasi dan Ruang Peralatan Produksi, sebagai pedoman pembersihan dan pemeliharaan peralatan serta area produksi; 6) SOP Pengemasan Produk, sebagai panduan memasukkan produk ke dalam kemasan; 7) SOP Pelabelan, sebagai panduan penempelan logo dan identitas produk pada kemasan; 8) SOP Penyimpanan Produk, sebagai panduan penataan dan penyimpanan produk yang telah dikemas dan diberi label; 9) SOP Pengendalian Mutu, sebagai pedoman pemeriksaan dan pemantauan kualitas produk; dan 10) SOP Alur Produksi, sebagai pedoman pengaturan tahapan produksi mulai dari penerimaan bahan baku hingga pemasaran produk. Selain itu, disusun *Form Quality Control* sebagai formulir pencatatan hasil pengendalian mutu dan bahan evaluasi kualitas produk.

Hasil kegiatan ini sesuai dengan pengabdian Istianah, et. al. (2026) bahwa penyusunan SOP yang disertai pendampingan penerapan secara langsung dapat mendukung peningkatan kepatuhan terhadap standar keamanan pangan dan konsistensi mutu produk UMKM.

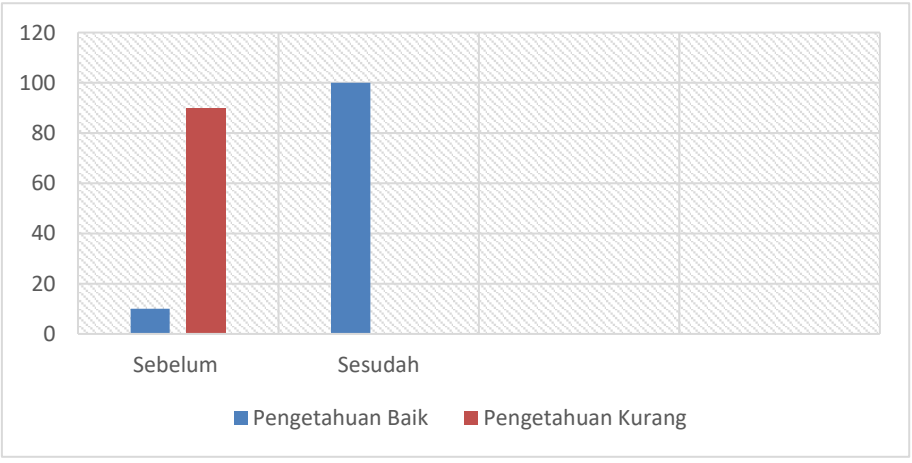


***Gambar 7**. Pelatihan dan pendampingan pembuatan SOP GMP*

Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Berbasis Digital

Pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis digital dilaksanakan sebagai upaya memperluas jangkauan pemasaran produk kue kenari melalui pemanfaatan teknologi informasi. Materi pelatihan meliputi pengenalan dasar pemasaran digital, pembuatan konten promosi, penggunaan *hashtag*, teknik pengambilan foto produk, penyusunan *caption*, penerimaan pesanan, komunikasi dengan pembeli, serta pencatatan pesanan. Kegiatan ini diarahkan agar mitra tidak hanya mengenal media digital sebagai sarana promosi, tetapi juga mampu menggunakan untuk mendukung aktivitas pemasaran dan pelayanan konsumen.

Hasil evaluasi menunjukkan progres keterampilan mitra sebesar 90% (Gambar 8). Penilaian juga dilakukan melalui pemantauan media pemasaran yang digunakan selama 3-5 hari setelah pelaksanaan kegiatan, dengan indikator berupa 3 unggahan foto beserta *caption* dan satu konten video.



***Gambar 8**. Keterampilan mitra setelah pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis digital*

Pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi dan media digital untuk memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan konsumen, serta memperluas jangkauan pasar. Media sosial berfungsi sebagai sarana

promosi dan interaksi dengan konsumen, sedangkan *marketplace* memfasilitasi penjualan dan transaksi secara daring. Anggraeny, et. al. (2021) serta Andono dan Girindratama (2023) menjelaskan bahwa pemanfaatan kolaborasi media sosial dan *marketplace* melalui pelatihan dan pendampingan pemasaran digital dapat meningkatkan produktivitas UMKM. Sejalan dengan itu, Fadhilah, et. al. (2023) menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam membuat konten promosi dan mengelola *e-marketplace*. Dengan demikian pemanfaatan kedua platform tersebut dapat mendukung perluasan pemasaran UMKM, khususnya usaha yang memiliki keterbatasan sumber daya dan jangkauan pemasaran konvensional.

Dalam kegiatan PKM di Desa Haruku, penerapan pemasaran digital diwujudkan melalui pengembangan akun *Facebook* dan *Instagram* sebagai media promosi dan komunikasi dengan konsumen, serta pembukaan toko daring pada *marketplace* Tokopedia sebagai sarana penjualan produk. Selain itu, disiapkan enam foto produk sebagai materi visual untuk mendukung kegiatan promosi. Namun demikian, pemanfaatan media digital tetap memerlukan pengelolaan secara konsisten terhadap frekuensi ungguhan, kualitas foto, kejelasan informasi, penggunaan *hashtag* yang relevan, kecepatan merespons pertanyaan konsumen, dan ketepatan pencatatan pesanan.

Implementasi Produk Teknologi dan Inovasi dalam Mendukung Pengembangan Usaha

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah menghasilkan luaran berupa produk teknologi dan inovasi yang dikelompokkan menjadi *soft technology* dan *hard technology*. *Soft technology,* meliputi: 10 dokumen SOP berbasis dan *Form Quality Control* berbasis GMP serta K3, logo dan desain kemasan, pembuatan akun media sosial, toko daring, konten promosi, serta poster 6 langkah mencuci tangan sebagai media edukasi higiene. Sedangkan *hard technology* berupa peralatan pendukung produksi yang diberikan kepada kelompok usaha, meliputi: cetakan kue kenari, *impulse sealer*, dan timbangan dapur digital (Gambar 9). Pemberian kedua bentuk teknologi tersebut diharapkan dapat mendukung peningkatan kapasitas produksi, konsistensi mutu, penerapan higiene, serta pengembangan pemasaran produk sehingga mendorong kemandirian dan keberlanjutan usaha mitra.



***Gambar 9**. Penyerahan produk teknologi dan inovasi*

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Haruku, Kabupaten Maluku Tengah, melalui kelompok kue kenari Mama Eba telah terlaksana dengan baik dan menghasilkan peningkatan pengetahuan serta keterampilan mitra dalam penerapan GMP dan K3, penyusunan SOP, pengembangan *branding*, serta pemasaran digital. Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi standarisasi proses produksi, pengembangan identitas produk, dan pemanfaatan teknologi digital yang didukung penyediaan peralatan produksi. Luaran berupa *soft technology* dan *hard technology* diharapkan dapat meningkatkan efisiensi produksi, konsistensi mutu, keamanan pangan, dan jangkauan pemasaran. Secara teoritis, kegiatan ini berkontribusi pada penerapan pendekaran pemberdayaan partisipatif yang mengintegrasikan aspek produksi dan pemasaran dalam pengembangan usaha pangan lokal.

Meskipun seluruh kegiatan telah terlaksana, pemanfaatan toko daring belum optimal karena mitra belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan perizinan produk pangan yang diperlukan. Akibatnya, penampilan produk, transaksi, notifikasi pesanan, dan interaksi dengan konsumen belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, kegiatan PKM berikutnya direkomendasikan untuk memprioritaskan pendampingan pengurusan NIB dan perizinan sesuai ketentuan, serta melanjutkan pendampingan pemasaran digital guna mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha Kue Kenari Mama Eba.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPM) Universitas Kristen Indonesia Maluku atas dukungan pendanaan melalui Hibah PKM Internal Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun 2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Haruku dan Kelompok Usaha Kue Kenari Mama Eba atas dukungan, partisipasi, dan kerja sama yang baik sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat terlaksana dengan baik.

Referensi

Alexandra, Y., Situmorang, R., & Kristiyanti, D. A. (2023). Fostering culinary diversification, food hygiene, and sanitation: A community outreach initiative for MSMEs. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang, 8*(4), 769–781. https://doi.org/10.26905/abdimas.v8i4.10829

Andono, F. A., & Girindratama, M. W. (2023). Pelatihan dan pendampingan digital marketing melalui platform sosial media dan marketplace bagi UMKM kerajinan aksesoris. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4*(1), 178–186. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2359

Anggraeny, F. T., Rosida, D. F., Saputra, W. S., & Prasetyo, H. (2021). Kolaborasi pemasaran digital menggunakan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan produktivitas UMKM. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat, 2*(2), 73–84. https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.486

Badan Pusat Statistik. (2024). *Profil industri mikro dan kecil 2023 (Volume 14)*. https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/18/52d85cbe9de005b6f5d69f95/profilindustri-mikro-dan-kecil-2023.html

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2021a). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 20 Tahun 2021 tentang perubahan atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang label pangan olahan.* https://peraturan.bpk.go.id/Details/181758/peraturan-bpom-no-20-tahun-2021

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2021b). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2021 tentang tata cara penerbitan izin penerapan cara produksi pangan olahan yang baik.* https://peraturan.bpk.go.id/Details/223927/peraturan-bpom-no-22-tahun-2021

Evans, B. (1996). Overview of resource potential for indigenous nut production in the South Pacific. Dalam M. L. Stevens, R. M. Bourke, & B. R. Evans (Eds.), *South Pacific Indigenous Nuts: Proceedings of a Workshop Held from 31 October to 4 November 1994 at Le Lagon Resort, Port Vila, Vanuatu* (ACIAR Proceedings No. 69). https://www.aciar.gov.au/publication/technical-publications/south-pacific-indigenous-nuts

Fadhilah, F., Saputra, G. G., & Lusianingrum, F. P. W. (2023). Scale up UMKM melalui pemasaran digital untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif masyarakat Desa Puser, Banten. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia, 2*(1), 34–39. https://doi.org/10.56303/jppmi.v2i1.111

Grant, E., Macdonell, P., Tungon, J., Tabi, M., David, M., Kaku, S., & Page, T. (2024). Geographical variation in *Canarium indicum* (Burseraceae) nut characteristics across Vanuatu. *Genetic Resources and Crop Evolution, 71*, 1325–1340. https://doi.org/10.1007/s10722-023-01694-6

Hosseini Bai, S., Darby, I., Nevenimo, T., Hannet, G., Hannet, D., Poienou, M., Grant, E., Brooks, P., Walton, D., Randall, B., & Wallace, H. M. (2017). Effects of roasting on kernel peroxide value, free fatty acid, fatty acid composition and crude protein content. *PLOS ONE, 12*(9), e0184279. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0184279

Istianah, N., Sutrisno, A., Kusmiyati, N., & Lesmana, E. R. (2026). Peningkatan konsistensi mutu kebab sapi melalui pendampingan standarisasi keamanan pangan pada UMKM Kota Batu. *Jurnal Abdimas Indonesia, 6*(3), 1261–1273. https://dmi-journals.org/jai/article/view/3844

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2010). *Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 75/M-IND/PER/7/2010 tentang pedoman cara produksi pangan olahan yang baik (Good Manufacturing Practices).* https://peraturan.go.id/files/bn358-2010.pdf

Hamdja, F. K., Nurrochmat, D. R., & Yovi, E. Y. (2015). Analisis pemasaran hasil hutan bukan kayu (HHBK) kenari di Pulau Makian Provinsi Maluku Utara. *Risalah Kebijakan Pertanian dan Lingkungan: Rumusan Kajian Strategis Bidang Pertanian dan Lingkungan, 2*(1), 25–32. https://journal.ipb.ac.id/jkebijakan/article/view/10388

Leakey, R. R. B., Fuller, S., Treloar, T., Stevenson, L., Hunter, D., Nevenimo, T., Binifa, J., & Moxon, J. (2008). Characterization of tree-to-tree variation in morphological, nutritional and medicinal properties of *Canarium indicum* nuts. *Agroforestry Systems, 73*, 77–87. https://doi.org/10.1007/s10457-007-9103-4

Mariana, D., Indarto, B. A., Utomo, H., Pujiyanto, R., & Backtiar, Y. (2025). Pengembangan kemasan produk dan branding untuk meningkatkan daya saing UMKM Argomulyo Kota Salatiga. *Edusight Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2*(1). https://doi.org/10.69726/edujpm.v2i1.74

Mustamu, S., & Pattiruhu, G. (2024). Edukasi pemanfaatan hasil hutan bukan kayu (HHBK) untuk pemberdayaan ekonomi dan ketahanan pangan di Desa Haruku. *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat, 1*(4), 357–364. https://doi.org/10.71315/jtpkm.v1i4.91

Mustamu, S., & Kewilaa, V. L. N. (2025). Nilai ekonomi hasil hutan bukan kayu dalam mendukung livelihood berkelanjutan: Studi kasus di Desa Haruku. *MARSEGU: Jurnal Sains dan Teknologi*, *2*(1), 44-55. https://doi.org/10.69840/marsegu/1.2.2024.44-55

Nevenimo, T., Johnston, M., Binifa, J., Gwabu, C., Angen, J., Moxon, J., & Leakey, R. R. B. (2008). Domestication potential and marketing of *Canarium indicum* nuts in the Pacific: Producer and consumer surveys in Papua New Guinea (East New Britain). *Forests, Trees and Livelihoods*, *18*(3), 253–269. https://doi.org/10.1080/14728028.2008.9752635

Sinaga, M. H., Sri Martina, & Purba, D. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah Accusi*, *6*(1), 151 – 160. https://doi.org/10.36985/n4s0jb32