



Pemberdayaan Kelompok Usaha Jajan Pasar Melalui Inovasi dan Pengawetan Produk Putu Mayang

Anwar Mansyur^{1*}, Ika Fitriana², Suhana³

^{1*,3}Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank, Indonesia

² Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Semarang, Indonesia

*Corresponding Author. Email: a.n.mansyur@edu.unisbank.ac.id

Abstract: This community service program aims to enhance the understanding and skills of members of the Jajan Pasar Bugen Utara business group regarding the importance of innovation and preservation techniques for Putu Mayang as an effort to revitalize a traditional culinary heritage of Semarang City. The activities were implemented through socialization, training, technology application, and intensive mentoring. Evaluation was conducted using pre- and post-test questionnaires and analyzed descriptively. The results of the program indicate a significant improvement in participants' knowledge related to innovation and preservation of Putu Mayang, as reflected in increased test scores at both individual and group levels. The development and implementation of an electrically powered Putu Mayang molding device were also successfully achieved, enabling faster and more efficient production. Product preservation was further improved, with shelf life increasing from approximately four hours to about 5.5–6 hours through appropriate cooking techniques, as well as the application of vacuum packaging and chiller storage for extended durability.

Abstrak: Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota kelompok usaha Jajan Pasar Bugen Utara mengenai urgensi inovasi dan teknik pengawetan produk Putu Mayang sebagai upaya menghidupkan kembali makanan khas Kota Semarang. Kegiatan dilaksanakan melalui metode sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan intensif. Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner pra dan pasca tes dan dianalisis secara deskriptif. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan pengetahuan peserta terkait inovasi dan pengawetan Putu Mayang, tercermin dari kenaikan skor tes baik secara individu maupun kelompok. Pengembangan teknologi alat cetak Putu Mayang berbasis elektrik juga berhasil dilakukan, sehingga produksi dapat meningkat lebih cepat. Pengawetan produk pun membaik, dari ketahanan empat jam menjadi sekitar 5,5–6 jam melalui teknik memasak yang tepat serta penggunaan vakum dan chiller untuk durasi yang lebih lama.

Article History:

Received: 20-10-2025
Reviewed: 08-12-2025
Accepted: 03-01-2026
Published: 20-02-2026

Key Words:

Product Innovation;
Product Preservation; Putu Mayang.

Sejarah Artikel:

Diterima: 20-10-2025
Direview: 08-12-2025
Disetujui: 03-01-2026
Diterbitkan: 20-02-2026

Kata Kunci:

Inovasi Produk; Pengawetan Produk, Putu Mayang.

How to Cite: Mansyur, A., Fitriana, I., & Suhana, S. (2026). Pemberdayaan Kelompok Usaha Jajan Pasar Melalui Inovasi dan Pengawetan Produk Putu Mayang. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 7(1), 126-137. <https://doi.org/10.33394/jpu.v7i1.18090>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v7i1.18090>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



Pendahuluan

Salah satu sektor ekonomi Indonesia yang paling kuat bertahan dan terus berkembang adalah UMKM makanan tradisional. Sebagai penjaga identitas kuliner lokal, industri ini tidak hanya menyediakan produk makanan yang menggambarkan keanekaragaman budaya Nusantara, tetapi juga menjadi penggerak ekonomi rakyat dengan membantu penyerapan tenaga kerja (Lantu et al., 2016). Namun, UMKM makanan tradisional menghadapi banyak



masalah, termasuk kekurangan modal, kemampuan manajemen yang tidak merata, dan kesulitan memenuhi standar mutu dan keamanan pangan. Banyak pelaku UMKM harus bekerja lebih keras untuk mempertahankan karakter tradisional tanpa mengabaikan tuntutan kualitas dan efisiensi produksi di tengah kompetisi industri kuliner modern (Pugra et al., 2025).

Selain itu, UMKM makanan tradisional di Indonesia menghadapi tantangan karena digitalisasi dan perilaku konsumen yang berubah. Konsumen modern lebih suka kemudahan transaksi, ketersediaan informasi, dan jaminan kualitas produk. UMKM sering tertinggal jika lambat mengadopsi pemasaran digital, platform e-commerce, atau sistem pembayaran digital. Selain itu, biaya logistik dan distribusi masih tinggi, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) yang ingin memperluas pasar ke luar daerah. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa produk makanan tradisional tetap relevan dengan perkembangan zaman, diperlukan inovasi (Ridha & Hidayat, 2021).

Di Kota Semarang, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) makanan tradisional memainkan peran yang sangat penting dalam membangun ekonomi kreatif yang berbasis budaya lokal (Auliya, 2024). Produk khas seperti lumpia, wingko babat, bandeng presto, tahu bakso dan putu mayang telah menjadi ikon kuliner yang disukai oleh penduduk lokal dan turis dari dalam dan luar negeri. Pemerintah kota Semarang telah memprogramkan berbagai bantuan melalui program pelatihan, perizinan, dan pembangunan sentra kuliner. Namun, masih banyak UMKM yang masih beroperasi secara konvensional dan tidak memiliki akses yang kuat terhadap teknologi dan jaringan pasar yang lebih luas (Auliya, 2024; Zia, 2020).

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh UMKM makanan tradisional di Semarang adalah meningkatkan kualitas produksi, inovasi produk dan memperkuat merek untuk menjadi kompetitif di pasar lokal dan nasional (Fatah et al., 2025). Banyak bisnis kuliner tradisional dijalankan oleh generasi tua yang belum tentu memiliki penerus yang mengerti perkembangan digital, regenerasi usaha serta inovasi (Ridha & Hidayat, 2021). Keterampilan digital marketing, pengelolaan manajemen usaha, akses modal dan inovasi produk adalah bagian penting dari daya saing UMKM. Sektor makanan tradisional Kota Semarang memiliki potensi untuk berkembang menjadi kekuatan ekonomi dan budaya yang berkelanjutan dengan dukungan kebijakan yang tepat, pendampingan berkelanjutan, dan kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan komunitas UMKM (Widayat et al., 2022), tidak hanya untuk produk lumpia, wingko babat, bandeng presto, dan tahu bakso namun produk Putu Mayang di Kota Semarang.

Kelompok Usaha Jajan Pasar Putu Mayang beralamat di Bugen Utara RW 03 Kelurahan Bangetayu Kulon Kecamatan Genuk Semarang Jawa Tengah. Berdirinya kelompok usaha jajan pasar ini sudah lama. Berdasar informasi yang diterima, usaha jajan pasar putu mayang ini sudah berjalan secara turun temurun. Jumlah KK yang memiliki usaha jajan pasar sebanyak 25 orang. Usaha jajan pasar putu mayang ini dijadikan mata pencaharian utama dari masyarakat. Meski demikian usaha jajan pasar putu mayang ini belum bisa dikatakan berjalan dengan baik. Berbagai masalah masih dihadapi oleh kelompok usaha ini.

Di lain sisi, pada tahun 2024, kampung ini dijadikan desa wisata oleh Pemerintah Kota Semarang. Hal ini berarti banyak hal yang mesti dibenahi untuk mengakselerasi predikat baru sebagai UMKM Jajan Pasar Produk Putu Mayang dan perkembangan desa wisata. Daya tarik kampung ini, selain usaha jajan pasar adalah mushola berdesain kabah, aneka usaha rumahan lainnya, seperti usaha tas, makanan khas nasi merah dengan atribut uniknya. Kampung Jajan Pasar merupakan daerah yang menghasilkan produk jajan pasar



Putu Mayang yang dijajakan di pasar Tradisional yang ada di Kota Semarang merupakan Produk yang berasal dari RT 004 RW 03 Bangetayu Kulon.



Gambar 1. Tampilan 3 varian warna Putu Mayang yang sangat sederhana

Kemudian, tampilan Putu Mayang yang dipadukan dengan jajan pasar seperti klepon, lupis, getuk, dan ketan hitam disajikan sebagai hidangan pada saat ada jamuan.



Gambar 2. Aneka Jajanan Pasar

Permasalahan yang ditemui di usaha ini, terdiri permasalahan dari aspek produksi, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia dan aspek keuangan. Aspek produksi mencakup tiga hal, yakni: 1) Volume produksi; kelompok usaha jajan pasar ini tidak bisa memproduksi putu mayang dalam jumlah yang lebih banyak. Selain masalah penjualan yang akan dihadapi, kelompok usaha ini juga menghadapi masalah dengan produk yang tidak bisa awet/tahan lebih lama. 2) Penentuan harga jual produk. Selama ini perhitungan dilakukan secara sederhana saja. Prinsipnya, hasil penjualan bisa untuk membeli bahan baku lagi dan bisa produksi lagi. 3) Varian produk yang kurang. Saat ini varian produk dari Putu Mayang adalah es Putu Mayang. Inovasi produk penting dilakukan (Bessant & Tidd, 2015), utamanya terkait dengan varian rasa dan varian produk berbahan dasar putu mayang.

Aspek pemasaran yang menjadi persoalan dalam kelompok ini adalah 1) pemasaran produk utamanya masih dilakukan secara manual. Produk jajan pasar dipasarkan secara terbatas di pasar-pasar tradisional yang ada di sekitar rumah produksi. Produk ini belum bisa dijajakan di pusat oleh-oleh. 2) Kemasan jajan pasar putu mayang yang dijual masih sangat sederhana. Selama ini jajan pasar Putu Mayang dikemas dengan menggunakan mika. 3) Merek produk. Jajan pasar Putu Mayang yang dipasarkan selama ini belum memiliki merek produk. Merek merupakan hal penting untuk mengidentifikasi sebuah produk (Fitriati et al., 2020) dan (Soliha et al., 2024). Untuk bisa menjangkau pasar yang lebih luas, masalah ini penting untuk diselesaikan.

Aspek selanjutnya adalah sumber daya manusia. Keterampilan SDM yang dimiliki diperoleh secara turun-temurun. SDM minim sekali mengikuti pelatihan untuk meng-*upgrade* keterampilannya. Selama ini pelatihan yang pernah diikuti adalah pelatihan pewarna makanan. Terkait dengan inovasi produk, beberapa pelatihan terkait penting dilakukan, sedangkan keterampilan anggota organisasi akan berpengaruh terhadap inovasi organisasi tersebut (Noe et al., 2023) dan (Tidd & Bessant, 2013), dan aspek permasalahan terakhir adalah aspek keuangan. Selama ini pengelolaan keuangan usaha masih campur dengan



pengelolaan keuangan rumah tangga. Kondisi ini tentu kurang baik untuk pengelolaan keuangan usaha.

Dari beberapa permasalahan yang dihadapi oleh kelompok ini, terdapat dua hal yang menjadi fokus kegiatan, yakni varian produk yang kurang terdiferensiasi dan pengawetan produk. Hal tersebut menjadi fokus utama karena varian dan kualitas produk putu mayang yang ada saat ini masih sangat sederhana, karena berasal dari resep turun temurun. Sedangkan selera pasar berubah, cenderung menyukai produk kekinian sehingga perlu inovasi produk (Mansyur et al., 2023). Oleh sebab itu, diferensiasi produk perlu dilakukan.

Selain itu, kawasan di Bugen Utara sedang melakukan pengembangan desa wisata yang didampingi oleh Dinas Pariwisata Kota Semarang. Sehingga produk putu mayang bisa menjadi salah satu alternatif oleh-oleh bagi wisatawan. Oleh karena itu, pengawetan produk perlu segera direalisasikan agar putu mayang dapat di bawa oleh wisatawan yang berasal dari luar Kota Semarang.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: 1) Meningkatkan nilai ekonomi dari produk jajan pasar Putu Mayang. Saat ini produk putu mayang identik dengan jajan yang hanya dijumpai di pasar-pasar tradisional. Namun melalui kegiatan ini produk putu mayang dapat dijumpai di pusat oleh-oleh yang ada di Kota Semarang; 2) Menambah varian produk putu mayang yang tidak hanya sebagai alternatif jajanan namun menawarkan jenis jajan pasar yang menyehatkan dengan bahan baku buah-buahan dan pewarna alami. Saat ini produk putu mayang hanya menggunakan pewarna makanan yang tidak organik dengan rasa yang menyesuaikan dengan pewarna makanan yang digunakan. Kegiatan ini diharapkan mampu menghasilkan produk putu mayang dengan cita rasa dan warna yang berasal dari bahan alami; 3) Meningkatkan pemanfaatan teknologi dalam proses produksi putu mayang. Saat ini, proses pencetakan putu mayang menggunakan alat yang sangat tradisional dan membutuhkan waktu cetak yang lebih lama dengan hasil yang lebih sedikit. Kegiatan ini akan membantu pengelola kelompok usaha untuk menghasilkan alat cetak elektrik yang mampu memproduksi putu mayang lebih banyak dalam durasi cetak yang lebih singkat; dan tujuan terakhir dari kegiatan ini adalah memperpanjang masa penyimpanan produk putu mayang. Saat ini, belum terdapat upaya dan strategi dalam menjaga masa simpan putu mayang, sehingga produk yang dihasilkan hanya dapat bertahan dengan kualitas yang baik maksimal 4 jam. Kegiatan pelatihan akan mendemonstrasikan trik memasak produk putu mayang dan penggunaan alat vakum yang baik sehingga durasi penyimpanan bisa bertahan lebih lama.

Metode Pengabdian

Metode yang digunakan dalam rangkaian pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, keberlanjutan program. Adapun deskripsi dari masing-masing metode tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Sosialisasi: pada tahap ini, tim memberikan sosialisasi terkait dengan rencana kegiatan pengabdian secara keseluruhan kepada mitra sasaran. Kegiatan ini dihadiri oleh seluruh anggota tim termasuk mahasiswa dan juga seluruh anggota kelompok usaha jajan pasar putu mayang. Di kegiatan ini, harapannya mitra sasaran bisa memahami semua kegiatan yang akan dilakukan selama proses pengabdian. Mitra sasaran juga diharapkan memiliki peran aktif di semua tahapan kegiatan yang melibatkan mereka.
- b) Pelatihan: pelatihan merupakan salah bentuk kegiatan utama dalam pengabdian ini. Pelatihan yang direncanakan meliputi pelatihan peningkatan daya tahan



produk/pengawetan makanan, pelatihan peningkatan kemampuan inovasi SDM yang meliputi inovasi varian rasa produk dan varian produk baru yang berbahan utama jajan pasar putu mayang, pelatihan pengelolaan keuangan usaha jajan pasar.

- c) Penerapan teknologi: teknologi dapat membantu kelompok usaha ini untuk mengembangkan usahanya. Teknologi bisa mengintegrasikan beberapa aspek usaha yang ada, bisa meliputi aspek produksi, pemasaran, SDM dan keuangan. Teknologi juga dapat membantu kelompok usaha ini dalam hal efisiensi waktu dan biaya. Penerapan teknologi dalam kegiatan ini meliputi: teknologi vakum makanan, transfer teknologi untuk pembuatan produk yang baik, teknologi alat produksi jajan pasar putu mayang yang lebih efisien dan efektif.
- d) Pendampingan dan evaluasi: pendampingan dilakukan untuk memastikan program pengabdian bisa berjalan lancar. Pendampingan kelompok usaha jajan pasar ini dilakukan melalui sosialisasi kegiatan dan pelaksanaan berbagai pelatihan. Sementara evaluasi dilakukan untuk memastikan capaian sesuai dengan yang direncanakan. Proses evaluasi dilakukan dalam 2 (dua) tahap. Tahap pertama adalah evaluasi pemahaman konseptual yang dilaksanakan pada sesi sosialisasi, yakni Pra dan Post Test dengan menggunakan item kuesioner dengan melihat skor yang diperoleh oleh peserta. Evaluasi yang kedua dilakukan pada saat kegiatan pelatihan. Pada kegiatan pelatihan inovasi produk dan pengawetan produk. Indikator evaluasi yang digunakan adalah dihasilkan diferensiasi produk yang layak untuk dijual serta kemampuan peserta dalam memasak dengan trik yang disampaikan oleh pendamping kegiatan serta pemahaman dan pengoperasionalisasian alat cetak elektrik dan penggunaan vakum makanan.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan kegiatan *forum group discussion* (FGD). Kegiatan FGD dilaksanakan pada hari Senin, 9 Juni 2025. Pada kegiatan tersebut disepakati beberapa hal, yakni: 1) kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan dua metode, sosialisasi dan pelatihan; 2) kegiatan sosialisasi dilaksanakan secara terpisah dengan kegiatan pelatihan; 3) kegiatan pelatihan dilaksanakan dua kali, yakni pelatihan inovasi produk dan pelatihan pengawetan produk.

Rangkaian kegiatan utama yang dilakukan adalah sosialisasi pentingnya inovasi dan pengawetan produk. Sosialisasi ini dilaksanakan pada hari Kamis, 19 Juni 2025. Pada kegiatan tersebut, disampaikan secara teoritis pentingnya inovasi bagi pelaku usaha untuk menjaga eksistensi produk yang sangat dinamis bagi konsumen. Pelaku usaha diajak untuk mencoba produk-produk yang relatif baru bagi produk Putu Mayang. Sebelum materi sosialisasi disampaikan, tim pengabdian melakukan pra-test untuk mengukur pemahaman dasar yang dimiliki oleh anggota kelompok usaha. Kegiatan sosialisasi ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Penyampaian Materi



Materi disampaikan dalam beberapa topik, topik yang pertama adalah pengelolaan manajemen organisasi. Pada materi tersebut, Dr. Suhana, M.M. sebagai anggota menyampaikan masalah-masalah yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Beberapa diantaranya adalah pengelolaan manajemen yang meliputi produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia (Permana, 2017). Aspek manajemen yang banyak dibicarakan pada kegiatan tersebut adalah kendala permodalan. Kelompok usaha Jajan Pasar ini ternyata mengalami hal yang sama. Hal tersebut disebabkan karena fasilitas pendanaan dari pihak keuangan (koperasi dan atau perbankan) mensyaratkan laporan aktivitas kelompok usaha dalam bentuk laporan keuangan yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam memberikan bantuan keuangan (Lantu et al., 2016). Oleh karena itu, tim akan membuat template laporan keuangan sederhana dengan menggunakan bantuan Microsoft Excel.

Kemudian materi selanjutnya disampaikan oleh Ketua Tim pengabdian. Materi yang disampaikan terkait dengan Pentingnya Inovasi pelaku usaha. Inovasi merupakan salah satu hal mutlak yang harus dilakukan oleh pelaku usaha (Tidd & Bessant, 2013; Maldonado-Guzmán et al., 2019). Inovasi adalah aspek manajemen lain yang terus berkembang seiring dengan dinamika pasar dan sosial yang sangat dinamis (Bessant & Tidd, 2015). Pada materi tersebut, disampaikan bahwa produk putu mayang perlu memberikan sentuhan lain dari produk sebelumnya. Produk putu mayang saat ini, hanya berfokus pada varian warna yang diperoleh dari pewarna makanan. Pewarna makanan tentu saja dapat memberikan efek negatif apabila dikonsumsi dalam jumlah yang banyak dan secara terus menerus. Oleh karena itu, disampaikan bahwa perlu mengubah sumber pewarna pada produk putu mayang yang dapat diperoleh dari produk alami seperti: pewarna dari ekstrak buah dan tanaman obat, seperti bunga telang.

Materi terakhir yang disampaikan pada kegiatan sosialisasi tersebut adalah pentingnya pengawetan produk. Materi ini disampaikan oleh Ibu Ika Fitriana, S.TP., M.Sc., yang merupakan Ketua Program Studi S1 Teknologi Hasil Pangan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Semarang sekaligus anggota tim pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Pada materi tersebut disampaikan teknik pengawetan secara alami (Rahmawati, 2014) maupun dengan menggunakan teknologi vakum (Kristianto et al., 2017) dengan tepat untuk produk makanan. Selain itu, disampaikan juga teknik memasak yang tepat agar produk makanan yang disajikan dapat bertahan lebih lama (Rahmawati, 2014). Kegiatan sosialisasi ini diakhiri dengan sesi tanya jawab serta foto bersama. Berikut dokumentasi foto kegiatan sosialisasi inovasi dan pengawetan produk putu mayang pada Kelompok Usaha Jajan Pasar Bugen Utara.



Gambar 4. Foto Bersama Anggota Kelompok Usaha Jajan Pasar

Setelah materi terakhir disampaikan, dilakukan Post Test untuk melihat pemahaman yang diperoleh oleh anggota kelompok setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Evaluasi pelaksanaan kegiatan sosialisasi melalui Pra dan Post Test disajikan dalam tabel berikut ini:



Tabel 1. Hasil Pra dan Post Test Kegiatan Sosialisasi

Anggota/Peserta	Pra Test	Post Test	Anggota/Peserta	Pra Test	Post Test
1	62	82	15	69	86
2	55	78	16	66	89
3	70	88	17	71	90
4	58	80	18	63	85
5	65	85	19	52	74
6	60	83	20	48	70
7	72	90	21	74	95
8	68	87	22	67	88
9	75	92	23	60	82
10	59	79	24	58	80
11	64	84	25	62	84
12	61	81	Rerata	61,12	80,77
13	57	77			
14	73	91			

Hasil evaluasi kegiatan sosialisasi menunjukkan bahwa pemahaman anggota kelompok usaha mengalami peningkatan, secara rata-rata sebesar 19,65 poin dari 61,12 menjadi 80,77 poin. Apabila dilihat secara individu, nilai terendah yakni 48 poin. Setelah mengikuti sosialisasi, pemahaman terhadap inovasi produk, pengelolaan manajemen (keuangan), dan pengawetan produk mengalami peningkatan yang cukup baik, yakni sebesar 70 poin. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan sosialisasi mampu meningkatkan pemahaman anggota kelompok usaha dengan baik.

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan inovasi produk. Pelatihan ini merupakan salah satu kegiatan substansi dari rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Pelatihan Inovasi Produk dilaksanakan pada hari Senin, 25 Agustus 2025. Pada kegiatan tersebut dilakukan proses pembuatan putu mayang dengan bahan pewarna dan perasa yang berasal dari buah durian, buah naga, buah nanas dan bunga telang. Bahan baku yang digunakan masih sama dengan putu mayang pada umumnya, yakni tepung beras, garam, gula pasir halus, kelapa parut dan air untuk mengkaliskan adonan. Hal yang berbeda adalah pewarna dan perasa yang digunakan. Pada putu mayang sebelumnya, pewarna diperoleh dari pewarna makanan, sedangkan rasa diperoleh dari gula pasir dan/atau gula aren sebagai pelengkapannya. Hal tersebut terjadi karena pada dasarnya Putu Mayang tidak memiliki rasa yang khas. Inovasi produk yang dipraktikkan pada kegiatan ini tidak hanya memberikan warna yang berbeda, tetapi juga memberikan cita rasa sesuai dengan bahan buah yang digunakan.

Proses inovasi produk yang berasal dari buah diawali dengan proses pemisahan daging buah. Kemudian diblender untuk mendapatkan ekstraknya. Hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan cita rasa dan warna alami tanpa mempengaruhi struktur adonan yang nantinya akan dicetak. Berikut dokumentasi proses pengambilan ekstrak buah dan bunga telang sebagai pewarna dan perasa pada putu mayang:



Gambar 5. Proses Pembuatan Ekstrak dan Adonan dari Buah Naga

**Gambar 6. Proses Pembuatan Ekstrak dan Adonan dari Buah Durian****Gambar 7. Proses Pembuatan Ekstrak dan Adonan dari Bunga Telang**

Setelah proses pembuatan ekstrak dan adonan, dilanjutkan dengan proses pencetakan putu mayang. Pada proses ini, alat cetak yang digunakan berbeda dengan alat cetak sebelumnya. Pada proses cetak yang selama ini dilakukan, cetak yang digunakan sangat tradisional. Hal tersebut terjadi karena belum terdapat alat cetak yang lebih modern. Oleh karena itu, tim Pengabdian dan anggota kelompok usaha melakukan proses pembuatan alat cetak elektrik dan portable. Hal ini dimaksudkan agar proses cetak bisa lebih cepat sehingga kualitas dan kuantitasnya dapat meningkat dalam periode yang waktu yang lebih pendek. Berikut dokumentasi peralihan alat cetak tradisional ke alat cetak elektrik beserta hasil cetak produk putu mayang dari adonan sebelumnya.

**Gambar 8. Alat Cetak Putu Mayang**

Bunga Telang

Buah Naga

Buah Durian

Gambar 9. Pencetakan Produk Putu Mayang dengan Alat Cetak Elektrik

Setelah adonan tercetak, maka tahap selanjutnya adalah proses pengukusan dengan panci pengukus yang proporsional. Durasi pengukusan berkisar antara 10-15 menit. Oleh karena itu, pengukusan dilakukan dengan menggunakan panci kukus yang lebih besar sehingga dapat mengukus banyak adonan yang telah tercetak. Berikut hasil pengukusan yang dilengkapi dengan parutan kelapa yang siap untuk disantap.

Setelah dilakukan pelatihan inovasi produk, kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pengawetan produk. Pelatihan pengawetan produk dilakukan pada hari Kamis, 28 Agustus 2025. Kegiatan yang dilakukan pada dasarnya hampir sama dengan proses pelatihan sebelumnya, namun dalam skala yang lebih kecil karena fokus utamanya adalah pengawetan produk putu mayang, baik secara teknis melalui pengukusan maupun menggunakan alat



vacuum. Proses pengukusan diawali dengan pemilihan kukusan yang benar, yakni kondisi kukusan harus bersih dan bebas karat. Kemudian, tutup kukusan diberikan lapisan kain atau serbet agar uap air tidak menetes ke adonan. Kukusan dipanaskan terlebih dahulu hingga uap airnya banyak yang keluar sebelum memasukkan adonan.

Adonan yang akan dimasukkan ke kukusan menggunakan alas daun pisang yang sudah dilap dengan minyak agar tidak lengket dan adonan disusun dengan jarak yang proporsional agar uap panasnya merata. Setelah itu, proses pengukusan menggunakan api sedang dengan durasi 10-15 menit, jangan membuka tutup terlalu sering supaya suhunya selalu stabil. Setelah matang, proses pendinginan dilakukan dengan menggunakan kipas angin atau ruangan yang ber-AC. Putu mayang tidak boleh ditutup rapat saat masih panas, hal tersebut akan menyebabkan kondensasi yang disebabkan karena uap yang terperangkap pada penutup (Diamante et al., 2015). Dengan teknik pemasakan seperti ini, durasi penyimpanan di suhu ruangan dari 4 jam menjadi 5,5 – 6 jam. Berikut disajikan gambar proses pengukusan adonan putu mayang,



Gambar 10. Proses Pengukusan Putu Mayang

Apabila produk akan disimpan lebih lama lagi, produk putu mayang telah dingin dapat disimpan pada wadah yang tertutup rapat atau menggunakan *vacuum pack*. Pemnafaatn mesin vakum memudahkan untuk menjaga kualitas makanan (Sivamma et al., 2021) dan (Zhu et al., 2019). Setelah itu disimpan di chiller pada suhu 2-5°C dan dapat bertahan 2-3 hari. Produk bisa lebih awet lagi apabila putu mayang dibuat dalam bentuk frozen (saus atau gule arennya disimpan terpisah). Putu mayang disimpan di freezer dan dapat bertahan hingga 1 (satu) bulan. Berikut proses pemvakuman putu mayang dengan alat *vacuum sealer*.



Gambar 11. Proses Pemvakuman menggunakan Vacuum Sealer

Setelah rangkaian sosialisasi dan pelatihan, makan diperoleh produk inovatif dari putu mayang, yakni Putu Mayang Buah Durain, Putu Mayang Buah Naga dan Putu Mayang Bunga Telang. Produk inovatif tersebut menjadi bukti bahwa pengetahuan anggota akan alternatif sumber bahan baku untuk dijadikan sebuah produk baru (Suhana et al., 2023). Secara visual, hasil akhir dari inovasi produk Putu Mayang adalah sebagai berikut:



Gambar 12. Putu Mayang Siap Santap

Jadi, secara menyeluruh, tujuan utama kegiatan ini dapat dicapai dengan baik. Tujuan penambahan varian Putu Mayang yang sebelumnya hanya berwarna hijau, merah, dan kuning yang diperoleh dari pewarna makanan, setelah kegiatan ini, dihasilkan 3 varian baru, yakni Putu Mayang Rasa Durian berwarna kuning, Putu Mayang Rasa Buah Naga berwarna kemerahan, dan Putu Mayang berwarna ungu yang diperoleh dari ekstrak bunga telang. Tujuan lain yakni pembuatan alat cetak yang sebelumnya menggunakan alat manual dan sederhana. Setelah kegiatan ini, dihasilkan alat cetak elektrik yang selanjutnya akan dipatenkan sebagai bentuk Hak Kekayaan Intelektual Tim Pengabdian dan Kelompok Usaha Jajan Pasar Bugen Utara. Selain alat cetak, rangkaian kegiatan sosialisasi dan pelatihan mampu membuat durasi penyimpan produk putu mayang yang sebelumnya hanya 4 jam setelah produksi, dengan trik memasak dan pendinginan produk, durasi penyimpanan dengan kualitas yang baik menjadi 5,5 sampai dengan 6 jam, dan apabila ingin disimpan dalam waktu yang lebih lama maka kelompok usaha dapat menggunakan vacuum sealer dan mesin chiller yang diberikan oleh Tim Pengabdian. Sedangkan tujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi melalui gerai penjualan oleh-oleh belum dapat direalisasikan karena produk yang baru telah dihasilkan belum memiliki sertifikat halal. Oleh karena itu, akan dilakukan pendampingan dalam pemerolehan sertifikat halal.

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada Kelompok Usaha Jajan Pasar Bugen Utara telah terlaksana dengan baik. Kegiatan sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya inovasi dalam mempertahankan daya saing produk jajanan pasar yang dinamis, dengan menekankan pemanfaatan bahan alami seperti buah-buahan dan bunga telang sebagai pewarna dan perasa yang sehat serta bernilai tambah. Selanjutnya, melalui pelatihan, pelaku usaha memperoleh keterampilan dalam menciptakan varian putu mayang dengan rasa dan warna alami, sekaligus menguasai teknik pengawetan produk secara tradisional maupun modern. Penerapan teknologi sederhana seperti alat cetak elektrik, *vacuum sealer*, dan *freezer* terbukti mampu meningkatkan efisiensi produksi, menjaga higienitas, memperpanjang masa simpan, serta membuka peluang pengembangan produk dalam bentuk *frozen food*. Secara keseluruhan, kegiatan ini berdampak positif terhadap peningkatan kualitas, kuantitas, dan daya saing produk Putu Mayang, sekaligus mendukung keberlanjutan usaha serta memperluas jangkauan pasar.

Saran

Diharapkan peran aktif anggota kelompok untuk meningkatkan pemahaman terhadap pengembangan produk Putu Mayang melalui pelatihan, baik secara luring maupun daring. Selain itu, peran aktif Lurah Kelurahan Bangetayu Kulon dalam menjalin komunikasi dengan



pihak pemerintah Kecamatan dan Kota Semarang untuk menjembatani kerja sama dengan sektor swasta melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), dan perguruan tinggi yang ada di Kota Semarang untuk mendampingi kelompok Usaha Jajan Pasar secara berkelanjutan dengan Program Kerja Sama Pengembangan Desa Wisata.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi (Kemendiktisaintek) melalui Hibah Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan Nomor Kontrak Induk: 123/C3/DT.04.00/PM/2025 tanggal 28 Mei 2025 Tahun Anggaran 2025. Serta penulis sampaikan terima kasih juga kepada Direktorat Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat dan Publikasi (DPPMP) Universitas Stikubank, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank dan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Semarang atas segala dukungannya dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Auliya, R. T. (2024). Analisis Tantangan dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Digital Mengembangkan Bisnis UMKM di Kota Semarang. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Business REsearch*, 1(2), 93–102.
- Bessant, J., & Tidd, J. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. Wiley Online Library.
- Diamante, L. M., Shi, S., Hellmann, A., & Busch, J. (2015). Vacuum frying foods: Products, process and optimization. *International Food Research Journal*, 22(1), 15–22.
- Fatah, R. H. A., Makarim, S. A., Dewi, L. S., & Hilal, S. (2025). Empowering Traditional Culinary MSMEs Through Business Plan Development Assistance in Panumbangan District, Tasikmalaya. *JUPENGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin*, 2(3), 49–54.
- Fitriati, I. R., Sudari, S., Mansyur, A., Pradita, N., & Hayuningtias, K. A. (2020). Pelatihan Strategi Pemasaran dan Kewirausahaan pada Pelaku Usaha Kecil Menengah di Desa Kalikurmo Kecamatan Bringin Kabupaten Semarang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (PENAMAS)*, 4(1), 28–33.
- Kristianto, H., Arbita, A. A., Soetedjo, J. N. M., Bisowarno, B. H., Pricillia, S., & Priesclia, H. (2017). Kajian Awal Pengawetan Ikan Pindang Bandeng dan Mojang Dengan Pengemasan Vakum di Desa Cukanggenteng. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 268–273.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia : Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77–93. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>
- Maldonado-Guzmán, G., Garza-Reyes, J. A., Pinzón-Castro, S. Y., & Kumar, V. (2019). Innovation capabilities and performance: are they truly linked in SMEs? *International Journal of Innovation Science*, 11(1), 48–62. <https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2017-0139>
- Mansyur, A., Rochmani, R., & Suhana, S. (2023). Peningkatan Kapasitas Organisasi Melalui Inovasi Produk, Kualitas SDM dan Legalitas Produk Halal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 9573–9578.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2023). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage, 13th Edition*. McGraw-Hill.



- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93–103.
- Pugra, I. W., Kencanawati, A. A. A. M., & Kurniawan, I. G. W. A. (2025). The Cultural Significance of Traditional Foods in Shaping Indonesian Social Identity : Challenges and Preservation Strategies. *Journal of Language, Literature, Social and Culutral Studies*, 3(1), 21–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.58881/jllscs.v2i2>
- Rahmawati, F. (2014). *Pengawetan makanan dan permasalahannya*.
- Ridha, R., & Hidayat, N. K. (2021). Impact of Innovation & Certification to Sme Performance in F & B Sector. *Conference Series*, 3(1), 336–359. <https://doi.org/https://doi.org/10.34306/conferenceseries.v3i1.372>
- Sivamma, P., Mounika, E., Sairam, N. H. N., & Rao, J. R. P. (2021). Applications of vacuum technology in food processing. *The Pharma Innovation Journal*, 10(5), 914–918.
- Soliha, E., Mansyur, A., & Prabowo, R. E. (2024). Sosialisasi Manajemen Dan Bauran Pemasaran Bagi Ibu-Ibu PKK Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 263–269. <https://ejournal.utp.ac.id/index.php/JPF/article/view/2971>
- Suhana, S., Mansyur, A., & Putra, H. B. (2023). *Building Awarenes of The Imporatance of HR Qaulity, Product Innovation and Online Marketing*. 6(1), 13–18. <https://doi.org/10.1234/ijsegce.v6i1.218>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2013). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Wiley Online Library.
- Widayat, W., Suzery, M., & Ardianto, H. T. (2022). Analisis Pemahaman UMKM di Kota Semarang terhadap Kebijakan Produk Halal. *Jurnal Riptek*, 16(2), 153–160.
- Zhu, Z., Geng, Y., & Sun, D. W. (2019). Effects of operation processes and conditions on enhancing performances of vacuum cooling of foods: A review. *Trends in Food Science and Technology*, 85(December 2018), 67–77. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2018.12.011>
- Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan UMKM di Indonesa. *Rio Law Jurnal*, 1(1), 1–10.