



## **Pemberdayaan Masyarakat Melalui Olahan Rumahan Demi Meningkatkan Daya Jual Dimsum Kota Medan**

### ***Community Empowerment Through Home Processing To Increase The Marketability Of Dim Sum In Medan City***

**Ina Namora Putri Siregar<sup>1</sup>, Isna Asdiani Nasution<sup>2</sup>, Dita Eka Pertiwi Sirait<sup>3</sup>, Tantri Octora Dwi Syah Putri<sup>4</sup>, Ike Rukmana Sari<sup>5</sup>, Fuji Astuty<sup>6</sup>, Lasma Ria Tampubolon<sup>7</sup>**

<sup>1,2,4,5,6,7</sup>Universitas Prima Indonesia, <sup>3</sup>Universitas Negeri Medan

*Corresponding Author\** : [isnaasidianinasution@unprimdn.ac.id](mailto:isnaasidianinasution@unprimdn.ac.id)

#### **Abstrak**

Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan olahan rumahan telah menjadi salah satu strategi efektif untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Kegiatan ini berfokus pada upaya meningkatkan daya jual dimsum di Kota Medan dengan memberdayakan masyarakat melalui pelatihan, inovasi produk, dan pemasaran digital. Metode yang digunakan mencakup pendekatan partisipatif, pelatihan teknis pembuatan dimsum berkualitas, serta penguatan branding dan pengemasan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat yang terlibat dalam program ini mengalami peningkatan keterampilan, baik dalam memproduksi dimsum yang berkualitas maupun dalam mengelola usaha kecil. Inovasi dalam pengemasan dan promosi digital juga terbukti meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal. Program ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat tetapi juga memperkuat posisi dimsum sebagai salah satu ikon kuliner khas Kota Medan. Diharapkan program pemberdayaan ini dapat direplikasi di daerah lain untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal berbasis kuliner tradisional, dengan melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan sektor swasta, guna menjamin keberlanjutan usaha masyarakat.

**Kata Kunci** : pemberdayaan masyarakat, olahan rumahan, dimsum, daya jual, Kota Medan.

#### **Abstract**

*Community empowerment through the development of home-based products has become one of the effective strategies to improve the competitiveness of local products. This research focuses on efforts to improve the marketability of dim sum in Medan City by empowering the community through training, product innovation and digital marketing. The methods used included a participatory approach, technical training on making quality dimsum, and strengthening branding and packaging. The results showed that the communities involved in the program experienced improved skills, both in producing quality dimsum and in managing small businesses. Innovations in packaging and digital promotion are also proven to increase product attractiveness in the local market. The program not only had an impact on increasing community income but also strengthened dimsum's position as one of Medan City's culinary icons. It is hoped that this empowerment program can be replicated in other areas to support local economic growth based on traditional culinary, by involving various parties, including the government and the private sector, to ensure the sustainability of community businesses.*

**Keywords** : *community empowerment, home processing, dim sum, marketability, Medan City.*

## **PENDAHULUAN**

Dimsum merupakan salah satu jenis kuliner yang semakin diminati masyarakat Indonesia, termasuk di Kota Medan. Sebagai makanan khas yang identik dengan cita rasa oriental, dimsum memiliki peluang besar untuk terus berkembang di pasar lokal, terutama dengan berbagai inovasi yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Di sisi lain, tingginya minat terhadap dimsum ini membuka peluang bagi masyarakat untuk terlibat dalam produksi olahan rumahan sebagai salah satu alternatif usaha yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

Namun, tantangan dalam mengembangkan usaha olahan rumahan dimsum di Kota Medan tidaklah kecil. Keterbatasan modal, kurangnya keterampilan memasak yang memadai, serta minimnya akses terhadap pasar menjadi hambatan utama bagi masyarakat. Selain itu, persaingan dengan produsen besar yang sudah mapan dan memiliki jaringan distribusi yang luas juga menjadi tantangan yang perlu diatasi.

Di tengah berbagai kendala tersebut, pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu solusi strategis untuk mendukung pengembangan usaha olahan rumahan. Dengan memberikan pelatihan keterampilan, pendampingan bisnis, dan penguatan akses pemasaran, masyarakat dapat diberdayakan untuk menciptakan produk dimsum yang berkualitas dan memiliki daya saing tinggi di pasar lokal. Terlebih, penggunaan teknologi digital dalam pemasaran membuka peluang besar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk melalui media sosial dan platform e-commerce.

## **METODE KEGIATAN PKM**

Melalui pendekatan pemberdayaan ini, diharapkan masyarakat Kota Medan, khususnya pelaku usaha mikro dan kecil, dapat memaksimalkan potensi kuliner dimsum sebagai salah satu produk unggulan lokal. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi langkah-langkah pemberdayaan yang efektif serta mengkaji potensi dan tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan daya jual dimsum berbasis olahan rumahan di Kota Medan.

### **1. Tujuan Kegiatan**

- a. Memberikan pelatihan kepada masyarakat mengenai pembuatan dimsum berkualitas dengan bahan lokal.
- b. Meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya branding, packaging, dan digital marketing dalam usaha kuliner.
- c. Membekali masyarakat dengan pengetahuan tentang manajemen usaha sederhana, seperti pengelolaan keuangan dan strategi distribusi.

## **2. Kerangka Masalah**

### Tantangan

1. Keterbatasan Modal Usaha dan Keterampilan :  
Banyak masyarakat yang memiliki minat untuk memulai usaha, tetapi terkendala oleh minimnya modal awal dan kurangnya kemampuan teknis, terutama dalam memasak dimsum yang berkualitas dan higienis.
2. Kurangnya Akses Pemasaran yang Efektif :  
Produsen rumahan sering kali menghadapi kesulitan untuk menjangkau konsumen potensial akibat terbatasnya jaringan distribusi dan pengetahuan tentang pemasaran.
3. Persaingan dengan Produk Industri Besar :  
Produk dimsum dari industri besar memiliki keunggulan dalam hal skala produksi, distribusi luas, dan promosi yang agresif, sehingga menjadi kompetitor berat bagi usaha kecil.

### Peluang

1. Tren Kuliner Lokal yang Terus Berkembang :  
Kota Medan dikenal sebagai salah satu pusat kuliner di Indonesia, dengan masyarakatnya yang antusias mencoba makanan baru, termasuk dimsum.
2. Adopsi Teknologi untuk Pemasaran Digital :  
Perkembangan teknologi memungkinkan produsen rumahan untuk memasarkan produk mereka melalui media sosial, e-commerce, dan aplikasi layanan makanan seperti GrabFood dan GoFood.
3. Dukungan Pemerintah Daerah dan Komunitas UMKM :  
Berbagai program pemerintah dan komunitas lokal sering kali berfokus pada pemberdayaan UMKM, termasuk memberikan pelatihan, modal usaha, atau promosi bersama.

#### **4. Analisis Situasi**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada tanggal 20 November 2024 di Kelurahan Harjosari II Kecamatan Medan Amplas, dengan tema “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Olahan Rumahan Demi Meningkatkan Daya Jual Dimsum Kota Medan”.

Adapun peserta yang hadir dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjumlah 22 orang yang terdiri dari 7 dosen dari Universitas Prima Indonesia dan 15 orang masyarakat Kelurahan Harjosari II Kecamatan Medan Amplas.

#### **HASIL KEGIATAN**

##### **1. Pelatihan Pembuatan Dimsum**

Peserta diberi pelatihan langsung oleh ahli kuliner tentang cara membuat dimsum dengan rasa otentik dan teknik pengolahan yang higienis. Pelatihan ini meliputi pemilihan bahan baku, proses pembungkusan, dan penyajian dimsum yang menarik.

##### **2. Workshop Branding dan Packaging**

Kegiatan ini fokus pada pembuatan merek usaha kecil yang kuat. Peserta juga diajarkan cara mendesain kemasan yang tidak hanya estetis tetapi juga praktis untuk menarik minat pembeli.

##### **3. Pemanfaatan Digital Marketing**

Dalam era digital, pemasaran online menjadi kunci sukses usaha. Peserta dikenalkan pada platform seperti Instagram, WhatsApp Business, dan marketplace lokal untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

##### **4. Sesi Manajemen Usaha**

Para peserta diberi pemahaman dasar tentang pencatatan keuangan usaha, perhitungan modal dan keuntungan, serta strategi harga yang kompetitif.

#### **Metode Pemberdayaan**

##### **1. Pelatihan Keterampilan**

- Teknik Memasak Dimsum :

Pelatihan ini mencakup cara membuat dimsum dengan varian yang menarik, seperti siu mai, har gow, dan dimsum goreng, dengan menekankan pada cita rasa dan kebersihan.

- Pengemasan Produk :  
Edukasi tentang pentingnya kemasan yang menarik dan ramah lingkungan untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar.

## 2. Pendampingan Bisnis

- Strategi Harga dan Manajemen Usaha Kecil :  
Peserta diberi pelatihan tentang cara menentukan harga jual, mengelola keuangan, dan mengatur stok bahan baku.
- Branding dan Storytelling Produk :  
Pendampingan ini bertujuan membantu peserta menciptakan merek yang kuat, termasuk membuat narasi yang menarik tentang produk mereka untuk membangun koneksi emosional dengan konsumen.

## 3. Digitalisasi

- Pemasaran Online :  
Peserta diajarkan cara memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk. Mereka juga dilatih untuk menjual melalui platform seperti Shopee dan Tokopedia.
- Kolaborasi dengan Influencer Lokal :  
Menggunakan jasa influencer untuk mempromosikan produk secara lebih luas dan menjangkau konsumen baru.

## **KESIMPULAN**

Pemberdayaan masyarakat melalui olahan rumahan dimsum di Kota Medan merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan ekonomi lokal sekaligus memperkuat sektor kuliner. Dengan memanfaatkan potensi bahan baku lokal dan keterampilan memasak, masyarakat dapat menghasilkan produk dimsum berkualitas yang berdaya saing tinggi. Melalui pelatihan, bimbingan pemasaran, dan inovasi dalam pengemasan, produk olahan rumahan dapat memiliki nilai jual yang lebih baik.

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk menjadi lebih mandiri secara ekonomi. Selain itu, penguatan branding dan pemasaran digital memungkinkan produk dimsum Kota Medan menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk di luar kota. Untuk

mendukung keberlanjutan program ini, diperlukan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta agar pemberdayaan ini dapat berkembang dan memberikan dampak positif jangka panjang.

### Dokumentasi Kegiatan



### DAFTAR PUSTAKA

- Prambudi, R., & Imantoro, T. (2022). *Preferensi Konsumen terhadap Dimsum Uma Yum Cha di Kota Surakarta*. *Agricultural Socio-economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 2(1), 26-36. Diakses dari Jurnal UNS
- Kurniawan, B. (2021). *Strategi Pemasaran Usaha Dimsum Frozen untuk UMKM di Lampung*. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 1(2), 45-52.
- Sutrisno, A., & Hartanto, S. (2021). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Penjualan Dimsum pada Masa Pandemi COVID-19*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(3), 123-130.
- Sari, P. D., & Wahyuni, D. A. (2020). *Pengembangan Resep Dimsum dengan Substitusi Tepung Rumput Laut*. *Jurnal Teknologi Pangan dan Gizi*, 12(4), 67-73.
- Susanti, R., & Nugraha, D. (2019). *Pemberdayaan UMKM Kuliner Tradisional melalui Inovasi Produk Olahan*. *Jurnal Inovasi Sosial dan Ekonomi*, 8(2), 89-101.