

---

## PPM PENINGKATAN USAHA MOCHI DI UMAI SNACK SURABAYA

Evi Maya Odelia<sup>1</sup>, Nur Jannah<sup>2</sup>, Novita Anggraini<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Wijaya Putra

evimayaodelia@uwp.ac.id, nurjannah@uwp.ac.id, 22012118@student.uwp.ac.id

---

### Abstrak

PPM ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran untuk memiliki inovasi dan kreativitas dalam mengelola usaha, guna mewujudkan ekonomi yang survive dan mandiri di tengah situasi perekonomian saat ini. Berwirausaha di bidang Inovasi Produk dan Efisiensi Produksi UMKM khususnya “Umai Snack” yang berlokasi di Kota Surabaya. Melalui pemahaman kiat berwirausaha, manajemen produksi, strategi pemasaran, tata kelola keuangan serta sumber daya manusia terhadap kegiatan usaha ini. Kegiatan PPM ini sesuai dengan Bidang Unggulan Sociopreneurship, UMKM dan Ekonomi Digital. Kemudian permasalahan dari PPM ini Adalah 1) tempat bahan baku produk masih berdesak-desakan tidak memiliki space tempat yang seharusnya dan pre-order mochi hanya diberikan pada rabu, kamis, dan jumat belum setiap hari; 2) pencatatan transaksi masih belum tercatat secara konsisten, berkala dan masih berkonsep perorderan, belum perbulan; 3) masih mulut ke mulut (rekanan), masih menggunakan media sosial di intagram yang terhubung Whatsapp serta 4) memerlukan penambahan tenaga kerja bagian produksi dan pengiriman produk ke konsumen. Hasil dari program ini mitra secara mandiri mampu untuk menjadi pengusaha UMKM berproduktif meningkatkan omzet penghasilan secara konsisten. Kegiatan PPM ini juga akan sangat membantu perkembangan UKM skala mikro dan mampu sebagai pendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional.

**Kata Kunci :** Mochi, Penerapan teknologi UMKM, Keberlangsungan UMKM, PPM, peningkatan omzet

---

### PENDAHULUAN

Makanan manis menjadi trend di Indonesia tidak hanya makanan yang berasal dari dalam negeri tetapi juga dari luar negeri. Trend ini sangat mudah diterima masyarakat Indonesia karena mengonsumsi makanan manis sudah menjadi budaya bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Kini hadir kue yang tengah viral di era kaum remaja yaitu kue Mochi. Mochi adalah makanan khas Jepang. Teksturnya yang unik serta rasa manis yang lezat, dijadikan sebagai camilan dan juga dapat dijadikan sebagai makanan penutup (*dessert*). Di Jepang, kue ini sering dibuat dan dimakan pada saat perayaan tradisional mochitsuki atau perayaan tahun baru

Jepang. Mochi di Jepang disebut berasal dari “Motsu” yaitu untuk menahan atau memiliki, menandakan bahwa mochi adalah makanan yang diberikan oleh para dewa. Ada juga “Mochizuki” yang berarti bulan purnama dan “Mochimi” yang berarti lengket (Yusri, 2024).

Di Indonesia, Mochi maraknya terkenal di wilayah Jawa Barat. Namun dari segi harga masih terbilang relatif mahal. Dari ketertarikan masyarakat terhadap Mochi inilah yang pada akhirnya membuat Mochi mempunyai potensi pengembangan usaha yang besar dan pesat. Secara tidak langsung, sektor keberadaan UKM dalam perekonomian nasional dan memiliki peran penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan memiliki potensi untuk

dikembangkan menjadi kekuatan ekonomi nasional (Sarfiyah dkk., 2019).

Mochi terbuat dari tepung beras ketan yang dihaluskan sehingga menghasilkan tekstur yang lembut dan lengket, lalu dibentuk bulat dan diberi taburan tepung maizena yang telah disangrai atau biji wijen (Fikkra & Holinesti, 2024). Sedangkan di Jepang, mochi dibuat dari beras ketan, ditumbuk sehingga lembut dan lengket, kemudian dibentuk menjadi bulat.

Pelaksanaan pengabdian ini pada “Umai Snack” berlokasi di Jalan Dapuan Baru 3 No 42i, Krembangan Utara, Pabean Cantikan Kota Surabaya. Saat ini hanya menerima pre-order di hari rabu, kamis, jumat; stand bazar saat bulan puasa Ramadhan di Masjid Al-Akbar; serta menjual saat *Car Free Day* (CFD) di taman bungkul dari pukul 06.00 – 09.00 WIB. Pengabdian masyarakat ini dimaksudkan untuk memberdayakan mitra dari segi produksi dan marketing. Kondisi empiris mitra akan diulas dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Sajian Menu Mochi

Berdasarkan Gambar 1 merupakan sajian mochi di Umai Snack. Keunikan mochi Umai Snack adalah teksturnya lebih lembut karena 100% tepung ketan karena biasanya mochi yang lain menggunakan campuran maizena, hal ini berpengaruh pada masa expired mochi Umai Snack bertahan hanya 1 hari atau 24 jam. Kedua owner memilih berjualan mochi karena memang suka mochi, cara pembuatan dan bahan-bahan yang dibutuhkan mudah, tidak perlu menggunakan oven hanya membutuhkan panci kukusan, dapat dikatakan usaha friendly yang bertempat tinggal di kos difasilitasi dapur bersama. Walaupun usaha mochi ini dalam skala kecil, owner sudah bertekad akan menjualkan produknya secara berkelanjutan bukan hanya sesaat saja. Berikut ini harga menu

mochi tiap varian rasa, ukuran dan harga mochi di

No	Menu Mochi	Harga		
		Biasa (28 gr)	CFD (28 gr)	Bazar (28 gr)
1	Coklat	Rp 2.500		
2	Keju	Rp 2.500		
3	Stroberi	Rp 2.500		
4	Kacang Merah	Rp 3.000		
5	Matcha	Rp 3.000	Rp 3.000	Rp 4.000
6	Coklat-Keju	Rp 2.500		
7	Stroberi-Keju	Rp 2.500		
8	Coklat-Stroberi	Rp 2.500		

Umai Snack Surabaya

Tabel 1. Daftar Menu

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan harga mochi yang dijual dibawah Rp. 10.000 termasuk harga yang terjangkau untuk semua segmentasi pasar tetapi realitanya di lapangan, penjualan hanya berdasarkan pre-order di hari rabu, kamis, jumat, dan CFD di bungkul sehingga belum maksimal pada pemasaran online karena terhalang sistem COD (*Cash On Delivery*). Dari harga mochi di atas, profit mochi per pcs yang didapatkan owner sebesar Rp 1700-2500. Para konsumen saat membeli dapat memilih varian rasa untuk menikmati mochi yang makin mengenyangkan untuk dinikmati di istirahat makan siang, camilan sehari-hari atau diet. Saat ini Umai Snack hanya belum memiliki lapak permanen, hanya memiliki tempat produksi saja. Akan tetapi, beberapa bulan ini Umai Snack sudah ikut serta berjualan di bazar Ramadhan Al-Akbar Surabaya selama 30 hari.

Tim pelaksana melakukan observasi awal ditemui bahwa perlunya peningkatan tata ruang penyimpanan bahan baku yang kurang tertata rapi sehingga masih belum teroganisir dengan baik peletakkannya bahan baku dan bahan packaging mochi. Hal ini akan menjadi salah satu solusi dari tim pelaksana untuk lebih meningkatkan kebersihan mitra dengan memberikan space letak alat dan bahan baku berada pada yang semestinya agar tidak

berserakan dan higienis. Permasalahan mitra yaitu hanya memiliki 8 varian rasa yang bisa membuka peluang berbagai rasa seperti oreo, red velvet, bluberry, dsb dan ditambahkan topping seperti es krim.

Sistem pencatatan keuangan usaha mochi di Umai Snack dengan menggunakan microsoft excel sangat sederhana, belum terlalu konsisten dan masih belum merangkum tiap bulannya. Pemesanan mochi dilakukan sistem PO (*Pre-Order*) dimana ketika pemesanan, dicatat terlebih dahulu kemudian baru dibuatkan mochi sesuai request pemesanan dan maksimal batas pemesanan H-1 yang selanjutnya akan dilakukan pengiriman sistem COD (*Cash On Delivery*) yang saat ini hanya di wilayah surabaya sidoarjo saja. Saat ini COD dalam tarif free dengan syarat pembelian 10 pcs dan wilayah Surabaya Pusat & Surabaya Utara, jika tidak memenuhi kriteria itu tidak bisa melakukan COD. Apabila dalam jumlah banyak pemesanannya maka diharuskan membayar uang di muka dahulu 50%, untuk total pelunasan dapat dilakukan saat mochi sudah jadi dan siap untuk diambil. Transaksi penjualan mochi bisa menggunakan cash maupun cashless atau bisa dikatakan sudah memiliki QRIS. Usaha ini diperlukan pencatatan laporan keuangan yang sederhana dan sistematis untuk menghindari kemungkinan terjadinya kerugian pada usaha mochi di Umai Snack. Pentingnya pembukuan dan perencanaan keuangan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak lepas dari berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengelola keuangan secara efektif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa UMKM masih kurang memiliki kesadaran dan pengetahuan mengenai praktik pengelolaan keuangan yang baik, termasuk pembukuan dan perencanaan (Meidawati & Oktari, 2022; Putri & Husna, 2024). Berikut ini pencatatan laporan Umai Snack



Gambar 2 Pencatatan laporan keuangan Umai Snack

Selanjutnya terkait sumber daya manusia pada usaha mochi hanya ada 2 orang yaitu ownernya sendiri diantaranya Gege Ayu Listya dan Tuffahatul Ummah, keduanya lulusan pendidikan S1 dimana berjualan mochi diperuntukkan untuk menghasilkan pendapatan sampingan selain mata pencaharian utama sebagai pengajar Lembaga Bimbingan Belajar di daerah Pabean. Berdasarkan hal tersebut, permasalahan mitra yaitu kurangnya pekerja dalam produksi dan pengiriman sehingga omzet pendapatannya tidak mencapai maksimal karena tidak mengejar target. Sair dkk. (2023) dan J, Nugroho Setiadi (2003) menggarisbawahi pentingnya aliansi strategis dan inovasi dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja UMKM dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.

## METODE

Menjelaskan langkah-langkah sistematis yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Langkah-langkah sistematis yang

dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu (1) Tahap Persiapan yaitu meliputi Pra survei, Pembentukan Tim PPM, Pembuatan Proposal, Koordinasi Tim dan Mitra, Persiapan alat dan bahan pelatihan. (2) Tahap Pelaksanaan a) memberikan pelatihan kepada mitra bagaimana menata bahan baku produk yang baik, rapi dan higienis pada tempat produksi b) memberikan pelatihan kepada mitra untuk penambahan variasi rasa dan jenis mochi yang diperjualkan (bentuk cake) c). Memberikan pelatihan administrasi dan pencatatan Keuangan menggunakan aplikasi buku warung d). membantu memperluas segmen pasar melalui pembuatan konten di Instagram dengan tema dan jenis konten yang berbeda setiap harinya secara masif e). Penambahan tenaga kerja produksi atau pengiriman produk. (3) Evaluasi program. Melakukan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan usaha mitra UKM setelah kegiatan PKM selesai. Kegiatan ini diharapkan dapat berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Evaluasi program dilakukan Setiap bulan pada minggu ke empat selama pelaksanaan kegiatan PPM yang dilakukan oleh mitra. (4) Pelaporan yaitu Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program dan selanjutnya dilakukan publikasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Target Luaran

Dari beberapa metode yang telah dilakukan oleh tim PPM kepada mitra usaha Umai Snack Surabaya yang dimiliki Gege Ayu Listya dan Tuffahatul Ummah dengan pendekatan pendampingan dan pelatihan secara bertahap. Dengan demikian, akan diperoleh hasil target luaran sebagai berikut:

Pertama, Tempat produksi mochi tertata dengan rapi, baik, dan lebih higienis dari debu serta dapat peningkatan omzetnya.

Kedua, Mitra dapat membuat pencatatan keuangan sederhana, konsisten dan berkala dan bisa ditinjau per bulannya menggunakan aplikasi buku warung di handphone.

Ketiga, Adanya peningkatan atau tambahan pelanggan baru dengan adanya pembuatan konten secara masif yang setiap harinya memiliki tema dan jenis konten berbeda dan di akhir bulan menggunakan KOL yang postingannya permanen agar target pasar yang dituju lebih mengenal produk mochi Umai Snack.

Keempat adanya pendampingan terkait Kerjasama dengan pihak ketiga (kurir flat) atau penambahan pekerja untuk pengiriman produk diperuntukkan adanya peningkatan orderan dan omzet.

### 2. Pembahasan

Dari pengamatan Tim PPM, ditemukan beberapa hal, diantaranya mitra masih menggunakan rasa yang umumnya dijual dipasaran seperti coklat, keju, stroberi, kacang merah, matcha, coklat-keju, stroberi-keju, dan coklat-stroberi. Maka perlunya diversifikasi produk mochi untuk menangkap peluang pasar dari konsumen yang menggemari mochi yang disajikan dengan berbagai variasi rasa yang berbeda maka saat pendampingan terkait inovasi, mitra dan Tim PPM berdiskusi terkait hal tersebut dan diputuskan menambahkan rasa taro dan menjualkan mochi dalam bentuk *cake* ulang tahun. Dalam segi tempat produksi sudah cukup baik, rapi dan lebih tertata disbanding sebelumnya. Hal ini membantu menambahkan kehegihan dalam memproduksi mochi agar meningkat omzetnya dan ruang penyimpanan bahan baku sesuai standar agar terhindar dari paparan zat yang bisa menyebabkan kerusakan atau kontaminasi. Pekerja juga diajarkan untuk mengenali tanda-tanda bahan baku yang tidak layak digunakan, sehingga dapat segera mengambil tindakan yang tepat untuk menjaga kualitas produk (Hidayati & Nurhayati, 2023). Berikut ini partisipasi tim PPM dalam membantu mitra dalam hal produksi dan promosi





Gambar 3 Tim PPM membantu mitra dalam produksi dan promosi

Pencatatan keuangan sederhana mitra tidak dapat mengontrol pemasukan maupun pengeluaran, maka dari itu Tim PPM Universitas Wijaya Putra (UWP) melakukan pendampingan dan pelatihan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi buku warung agar mudah mencatat laporan keuangan secara konsisten agar tahu berapa profit setiap bulannya. Berikut ini salah contoh pelaporannya



Gambar 4 Pencatatan Laporan Keuangan Umai Snack Surabaya menggunakan buku warung

Kemudian mitra selama ini sudah melakukan pemasaran produk mochi melalui media sosial Instagram dan whatsapp selain mempromosikan kepada rekanan untuk memperluas jumlah pelanggan tetapi kurang masif dari segi jenis dan waktu posting konten. Hal ini sangat berpengaruh terhadap sedikitnya masyarakat yang mengenal produk mochi Umai Snack Surabaya sehingga menghasilkan omzet pendapatan yang sedikit dimiliki oleh mitra. Berikut ini perubahan jumlah

followers dan postingan di Instagram Umai Snack Surabaya serta di akhir bulan September 2025 menggunakan KOL @infokulinersurabaya agar target pasar yang dituju lebih mengenal produk mochi Umai Snack. Sebelum dilakukan pengupload secara konsisten tiap harinya, followersnya hanya 111 kemudian meningkat menjadi 1249.



Gambar 5 Perubahan Jumlah Followers dan Postingan Instagram Umai Snack Surabaya

Kemudian Tim PPM Universitas Wijaya Putra (UWP) juga melakukan pendampingan dan sosialisasi penambahan tenaga kerja pengiriman produk atau produksi, salah satunya dengan bermitra dengan pihak ketiga “hai kurir” yang membantu mengirimkan produk mochi untuk wilayah surabaya, sidoarjo, dan gresik dengan biaya sekitar Rp 10.000-Rp 15.000/alamat yang ditanggung oleh customer sehingga memudahkan owner dalam pengiriman. Kemudian pemberian sosialisasi terkait merekrut tenaga kerja dengan kualifikasi kompetensi dan skill yang dibutuhkan oleh owner Umai Snack Surabaya.

Setelah melakukan pendampingan, pelatihan maupun sosialisasi dengan mengontrol setiap minggu maka mulai nampak perubahan dan hasilnya. Sebelum dilakukan pendampingan, omzet penghasilan mochi belum bisa konsisten mencapai profit sebesar Rp 1.000.000,- tetapi di bulan Agustus 2025 bisa mencapai kembali. Setelah dilakukan pendampingan, mitra dapat memanfaatkan penjualan melalui media sosial yang telah dilakukan secara masif, tatanan bahan baku produksi mochi yang semakin higienis dan rapi, mitra mampu mengontrol dan mengelola modal usahanya dengan baik serta produk pengirimannya menjangkau ke beberapa wilayah tidak hanya di Surabaya.



Pendampingan dan Pelatihan Ke-1 & 2



Pendampingan Pelatihan Ke-3

Gambar 6 Pendampingan, pelatihan dan sosialisasi kepada mitra

## KESIMPULAN

Kesimpulan berisi rangkuman hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan implikasi dari kegiatan yang dilaksanakan.

Kegiatan Program pemberdayaan Masyarakat ini dilakukan dalam rangka untuk memberikan pendampingan dan memberikan pelatihan kepada mitra yaitu Ibu Gege Ayu Listya dan Ibu Tuffahatul Ummah di Jalan Dapuan Baru 3 No 42i, Krembangan Utara, Pabean Cantikan Kota Surabaya yang letaknya sekitar 17,4 kilometer dari Universitas Wijaya Putra. Potensi yang dimiliki oleh mitra ini sangat baik karena setelah dilakukan pendampingan mitra mampu meningkatkan omzet pendapatan sampingan. Sebelum dilakukan pendampingan, omzet penghasilan mochi belum bisa konsisten mencapai profit sebesar Rp 1.000.000,- tetapi di bulan Agustus 2025 bisa mencapai kembali. Perkembangan selanjutnya saat ini mitra sudah bisa melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara rutin menggunakan aplikasi Buku Warung di handphone android agar tahu keuntungan mochinya semakin meningkat atau tidak.

Pemasaran yang dulunya dilakukan berdasarkan pesanan dari rekanan saja, kini sudah melayani penjualan dari followers baru yang ada di Instagram. Promosi dilakukan secara massif dengan pembuatan konten di media sosial Instagram yang setiap harinya memiliki tema dan jenis konten berbeda dan di akhir bulan September menggunakan KOL @infokulinersurabaya agar target pasar yang dituju lebih mengenal produk mochi Umai Snack.

Pelatihan rekrutmen karyawan atau memberdayakan rekan yang sesuai dengan kualifikasi serta memberikan tata cara bermitra

dengan kurir flat agar bisa menjangkau di beberapa kota seperti Surabaya, Sidoarjo dan Gresik agar memudahkan pengiriman produk mochi.

Dengan demikian kegiatan PPM ini akan sangat membantu perkembangan UKM skala mikro dan mampu sebagai pendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Wijaya Putra (UWP) yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan pengabdian masyarakat melalui hibah internal UWP dengan SK Nomor: 169.13/ST/LPPM-UWP/K-I/VII/2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Umai Snack Surabaya atas kesediaannya untuk berpartisipasi dalam pengabdian kepada masyarakat dan melaksanakan saran serta masukan yang diberikan selama sosialisasi dan pelatihan. Selain itu, ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang turut berkontribusi secara langsung dalam pengabdian ini.

## REFERENSI

- Fikkra, K. L., & Holinesti, R. (2024). The Effect Of Substituting Butterfly Pea Extract As A Natural Dye In Mochi Production. *Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi*, 5(1), 90-96
- Jannah, Nur dkk. (2022). PPM Pemberdayaan Penjahit Lansia Menuju Hidup Sehat & Produktif Di Kelurahan Dukuh Pakis Surabaya. *Prosiding PKM-CSR, Vol 5 2022: Peran Perguruan Tinggi dan Dunia Usaha Dalam Akselerasi Pemulihan Dampak Pandemi*.  
<https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v5i0.1523>
- Meidawati, N., & Oktari, N. (2022). Implementation of financial accounting standard in micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293), 4(2), 73-84.

- <https://doi.org/10.36096/ijbes.v4i2.325>  
Muzakki dkk. (2024). PKM Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Participatory Learning and Action Di Kanthi Coffe Shop Surabaya. Prosiding PKM-CSR, Vol 7 2024: Kolaborasi Hexahelix dalam Optimalisasi Potensi Pariwisata di Indonesia: A Glance from the Village to the World. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v7i0.2454>
- Nugroho Setiadi, J. *Perilaku Konsumen dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Perdana Media, 2003), hal. 398-399
- Rudiatno dan Odelia, E. M. (2024). PKM Peningkatan Kapasitas Dan Branding Produk Ukm Es Coklat Pantang Mundur. Prosiding PKM-CSR, Vol 7 2024: Kolaborasi Hexahelix dalam Optimalisasi Potensi Pariwisata di Indonesia: A Glance from the Village to the World. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v7i0.2453>
- Sair, S. A., Adnan, M., Anjum, M. N., & Ali, W. (2023). Empowering Small and Medium Enterprises Performance Through Dynamic Marketing Strategies and Innovations. *Review of Education, Administration & Law*, 6(2), 321–330. <https://doi.org/10.47067/real.v6i2.335>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.
- Sarie, Rena Febrita dkk. (2022). PPM Peningkatan Usaha Puding Susu Kedelai Di Kota Surabaya. Prosiding PKM-CSR, Vol 5 2022: Peran Perguruan Tinggi dan Dunia Usaha Dalam Akselerasi Pemulihan Dampak Pandemi. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v5i0.1571>
- Yusri, Andi Arfan. (2024) <https://rri.co.id/kuliner/919772/sejarah-dan-asal-usul-kue-mochi-khas-jepang> diakses pada tanggal 9 Oktober 2025