

## Pelatihan Produksi Kue Rafflesia Tat (Kura Tat) Berbahan Tepung Mocaf Sebagai Upaya Pelestarian Kue Tradisional Bengkulu

<sup>1</sup>Ferdy Safutra, <sup>1</sup>Ayu Annisa Mardhotillah Rinyati, <sup>1</sup>Tri Agustin, <sup>1</sup>Marli I. Alfikri,  
<sup>1</sup>Lesti Heriyanti ✉

Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1</sup>

Informasi Artikel	ABSTRAK
<p><b>Kata kunci:</b> Pelatihan, Produksi, Kura tat, Tepung mocaf, Kue tradisional.</p>	<p><i>Pelestarian kue tradisional mengalami berbagai hambatan karena kurang dikenalnya beragam jenis makanan tradisional dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut berdampak pada kurang populernya kue-kue tradisional khususnya di kalangan generasi muda. Kegiatan program kreativitas mahasiswa ini bertujuan untuk mengenalkan kembali beragam kue tradisional khususnya kue tat atau bay tat ke kalangan mahasiswa supaya generasi muda tetap mengenal beragam kue tradisional yang ada dalam masyarakat dan bahkan dapat melanjutkan proses pelestarian kue bay tat ini dengan cara memproduksinya dan menjadikannya sebagai industri rumah tangga yang dapat dilakukan oleh mahasiswa. Pengembangan kue tat ini dilakukan dengan mempergunakan tepung mocaf sebagai upaya untuk menciptakan kue tradisional yang lebih sehat dan ekonomis. Pengembangan kue bay tat ini juga sebagai upaya lebih lanjut untuk mengembangkan pemberdayaan masyarakat yang dapat dilakukan mahasiswa, sehingga masyarakat juga akan mengembangkan upaya pelestarian kue-kue tradisional.</i></p> <p>DOI: <a href="https://doi.org/10.37729/gemari.v2i1.3910">https://doi.org/10.37729/gemari.v2i1.3910</a></p>

Corresponding Author:

**Lesti Heriyanti**

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Jl. Bali, Kp. Bali, Kec. Tlk. Segara, Kota Bengkulu, Bengkulu 38119, Indonesia

✉ email: [lestiheriyanti@umb.ac.id](mailto:lestiheriyanti@umb.ac.id)

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki ragam kebudayaan yang unik, dan sangat bervariasi. Mulai dari ras, suku, bahasa, kesenian, makanan, minuman, kebiasaan dan lain-lain. Keanekaragaman tersebut menjadikan setiap provinsi dan kota-kotanya membuat icon bahkan menciptakan ciri khas daerah mereka masing-masing. Seperti daerah wisata, kesenian daerah, makanan, dan sebagainya. Begitu juga dengan kota Bengkulu selain tempat wisatanya yang bagus terdapat juga makanan khas yang enak. Salah satu yang khas di Bengkulu ini adalah kue yang bernama *Bay Tat*. Nama tersebut memiliki arti tersendiri, ditinjau dari suku katanya yang terdiri dari dua kata; *Bay* berasal dari bahasa Bengkulu yang artinya induk, sedangkan *tat* artinya *tart* (diambil dari nama kue *tart*) (Monica & Bahrun, 2020; Yunita & Nur'aini, 2018).

*Bay tat* yang memiliki makna sama dengan kue *tart* khas Bengkulu, menilik sejarahnya merupakan salah satu kue makanan khas untuk para raja; apabila dilihat dari bentuknya berbentuk segi empat dengan ukuran yang bervariasi dan terkadang ada yang membuatnya dengan bentuk lingkaran. *Bay tat* kerap dijadikan salah satu hantaran pada saat prosesi pernikahan dan seiring dengan perkembangan zaman sekarang telah menjadi salah satu aneka oleh-oleh di kota Bengkulu. Untuk membuat *Bay tat* yang memiliki cita rasa yang tinggi maka diperlukan resep yang memiliki takaran bahan yang tepat. Adanya komposisi bahan-bahan pembuat dan bentuk persegi maupun lingkaran ini mengindikasikan bahwa sejak dahulu nenek moyang telah menerapkan konsep dasar matematika dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (Pusvita *et al.*, 2019) yang mengkaji tentang ethnomatematika pada makanan khas Bengkulu *bay tat*. Pengembangan kue *Bay tat* memungkinkan masyarakat untuk melestarikan kue-kue tradisional sekaligus dapat meningkatkan pendapatan warga masyarakat melalui peningkatan nilai ekonomi dan produksi melalui strategi *marketing* yang baik (Ekowati & Herliani, 2023).

*Bay tat* meskipun menjadi salah satu makanan khas kota Bengkulu namun dalam produksinya masih terbatas pada produsen/ pengusaha kue. Untuk membuat *Bay tat* yang khas baik dari bentuk, ukuran, dan cita rasa memerlukan keterampilan dalam meramu komposisi bahan dan teknik pembuatan. Kendala ini dihadapi oleh generasi muda yang kurang memahami dengan baik pembuatan *Bay tat* tersebut. Namun demikian, telah dilakukan beberapa kajian dari *Bay tat* ini dalam berbagai bidang baik sebagai salah satu media pembelajaran di sekolah dalam bentuk ethnomatematika (Pusvita *et al.*, 2019) maupun teknik *marketing* dan *branding* melalui ragam media (Ekowati & Herliani, 2023; Monica & Bahrhun, 2020). Mengingat pentingnya pelestarian budaya Bengkulu melalui *Bay tat* ini, maka perlu dilakukan pelatihan pembuatan *Bay tat* secara intensif bagi para generasi muda maupun ibu-ibu rumah tangga yang ingin mengembangkan UMKM terutama produksi makanan khas di wilayah Bengkulu. Berdasarkan alasan permasalahan tersebut, maka tim pengabdian kepada masyarakat menginisiasi pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan *Bay tat* berbahan dasar tepung mocaf kepada mitra kegiatan sebagai sarana meningkatkan keterampilan, pendapatan, dan pelestarian budaya.

## 2. Metode

---

Pengembangan upaya pelestarian kue *Bay tat* ini dilakukan dengan mempergunakan pendekatan ethnografi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara eksplorasi, observasi, dokumentasi, dan studi literatur untuk menemukan inovasi baru pada kue *tat* sehingga lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih baik.

### 2.1. Metode Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi ini dimaksudkan untuk menyadarkan masyarakat kota Bengkulu untuk lebih memperhatikan kualitas bahan makanan yang digunakan. Sosialisasi penggunaan tepung mocaf sebagai bahan pembuatan *tat* dilakukan menggunakan media sosial yang mudah diakses dan memiliki pengaruh pada kuat pada masyarakat terkait informasi produk. Informasi penting tentang penggunaan tepung mocaf sebagai bahan dasar yaitu memiliki kandungan nutrisi yang baik untuk kesehatan, harga relatif terjangkau, dan menghemat proses produksi sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan perekonomian rumah tangga. Pada tahap sosialisasi ini dilakukan pendekatan kepada berbagai pihak yang terlibat terutama bekerja sama dengan mitra pendukung.

## 2.2. Metode Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan untuk memberikan keterampilan kepada mitra sehingga berdampak pada peningkatan kinerja maupun pengetahuan terhadap suatu produk. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini metode pelatihan yang diterapkan adalah ceramah dilanjutkan dengan praktek pembuatan kue *tat*; selain itu mitra dilatih untuk mengoptimalkan *digital marketing* agar pangsa pasar produk yang dihasilkan lebih luas. Adapun bentuk transfer teknologi melalui program ini yaitu proses pengolahan produk kue *tat* berbahan dasar tepung mocaf sehingga memiliki nilai ekonomi dan inovasi yang menarik sehingga kue lebih diminati konsumen baik lokal maupun luar wilayah Bengkulu.

## 3. Hasil dan Pembahasan

---

### 3.1. Produk Makanan *Kura Tat*

Usaha atau bisnis kuliner baik berupa makanan berat maupun makanan ringan memiliki prospek yang sangat baik untuk meningkatkan pendapatan dan ekonomi keluarga. Usaha kuliner pada skala kecil, menengah, maupun restoran besar saat ini banyak terdapat di setiap sudut kota maupun desa. Para pebisnis umumnya akan memilih usaha kuliner yang belum ada di wilayah tersebut atau mengembangkan usaha yang sudah ada dengan membuka cabang atau model *franchise*. Masyarakat Indonesia saat ini merupakan pangsa pasar yang sangat besar dalam konsumsi kebutuhan pokok terutama pangan, setiap hari memerlukan makanan baik dalam bentuk makanan pokok nasi, sayur, dan lauk; juga makanan ringan yang banyak diujakan di toko maupun pedagang kaki lima. Adanya ragam bentuk dan jenis makanan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Untuk itu diperlukan upaya-upaya kreatif dalam menciptakan jenis makanan baru, cita rasa yang baru, dan resep yang dapat mengundang pada konsumen di lain kesempatan atau langganan konsumen.

Ragam makanan di Indonesia sangatlah beragam mulai dari yang gurih hingga yang manis dan makanan tradisional maupun makanan dari luar daerah bahkan dari luar negeri. *Bay tat* merupakan salah satu kuliner dalam bentuk makanan tradisional yang mudah untuk dibuat, memiliki rasa yang enak, harga terjangkau oleh seluruh kalangan, dan memiliki keunikan. Jajanan khas Bengkulu ini terkadang diberikan sebagai kenang-kenangan saat Idul Fitri dan oleh-oleh, bersama dengan makanan khas lainnya. Menurut sejarahnya kue *tat* secara tradisional hanya disajikan kepada raja, bangsawan, dan bangsawan lainnya, kue ini dianggap sebagai makanan mewah (Pusvita *et al.*, 2019). Kue berbentuk menyerupai pastel ini dibuat dari tepung yang memiliki ragam varian terbaru seperti varian rasa seperti tarro, tiramisu, vanila, coklat, keju yang lembut, asin, dan manis. Para konsumen dari segala usia akan tertarik untuk membeli barang baru dan mencoba rasa baru.

Dalam kegiatan pengabdian ini tim berinisiasi menciptakan varian baru dari segi bentuk, ukuran, dan desain dari kue *tat* yang diberi nama *kura tat*. Untuk itu diperlukan upaya pelatihan melalui kegiatan sosialisasi dan praktek pembuatan *kura tat* tersebut. Kegiatan sosialisasi dilakukan di lingkungan kelurahan Bentiring Kota Bengkulu, sosialisasi ini dimaksudkan untuk mengajak masyarakat untuk lebih memperhatikan bahan baku makanan yang lebih menjadi manfaat baik untuk kesehatan dan baik untuk ekonomi rumah tangganya. Sosialisasi dilakukan dengan mendatangi warga di kelurahan Bentiring dengan potensi perekonomian menengah kebawah guna meningkatkan kualitas hidup dan perekonomian rumah tangga.

Metode penyuluhan pada program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya mempromosikan kepada masyarakat tentang pengelolaan dan manfaat dari tepung mocaf sehingga masyarakat tertarik, berminat dan bersedia melaksanakannya dalam kehidupan sehari-hari. Adapun materi penyuluhan terkait dengan manfaat tepung mocaf seperti penyuluhan kandungan gizi yang terkandung di dalam tepung

mocaf seperti mengandung kalsium, fosfor, dan serat yang lebih tinggi pada tepung terigu, kaya vitamin C, mengandung fitoestrogen (Putri *et al.*, 2015).

Dalam kegiatan pelatihan pengolahan dan produksi kue *tat* kepada mitra ini, tim pengabdian memberikan contoh inovasi berupa pembuatan kue *tat* yang bahannya dipadukan dengan tanaman Remunggai. Mitra kegiatan dilatih dan diajarkan bagaimana cara meramu resep kue *tat* dengan memanfaatkan tanaman Remunggai agar mendapatkan manfaat terutama pada bentuk dan cita rasa yang dihasilkan. Hal tersebut senada dengan pemanfaatan tanaman Remunggai sebagai bahan campuran kue *tat* yang dilakukan oleh (Puspita *et al.*, 2022). Kegiatan pelatihan tersebut dilaksanakan atas kerjasama yang baik antara tim pengabdian kepada masyarakat, kelurahan Pintu Batu, dan narasumber dari pelaku UMKM Binaan di yaitu UMKM *Bay Tat* Fadly. Melalui kegiatan tersebut diharapkan masyarakat dapat mengolah dan memproduksi kue *tat* sesuai dengan kreativitasnya masing-masing dari bentuk, ukuran, maupun rasanya.

Mengadaptasi kajian terdahulu yang dilakukan oleh (Puspita *et al.*, 2022) tersebut, tim pengabdian berinisiatif membuat produk olahan kue yang diberi nama *kura tat*, dengan maksud bentuk dan ukurannya menyerupai kura-kura. Adapun bahan yang perlu disiapkan antara lain satu cup santan kental, dua cup gula pasir secukupnya, dua sendok makan *full* margarin, satu sendok makan baking soda, setengah sendok *the essence* pisang, satu butir telur, selai nanas untuk *filling*, dan tepung mocaf. Dalam pembuatannya *kura tat* ini diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan adonan yang selanjutnya melalui proses memasak/ memanggang untuk waktu tertentu sehingga akhirnya akan diperoleh produk *kura tat* sebagaimana Gambar 1.



**Gambar 1.** Produk Inovasi Makanan Kura Tat

### 3.2. Pengemasan Produk

Rumah produksi kue *tat* telah memiliki kemasan yang baik namun jika ditinjau dari beberapa aspek kurang menarik. Berkenaan dengan hal tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga melakukan kegiatan berupa desain logo kemasan dengan harapan dapat lebih baik dan menarik. Selain itu juga pelaku usaha kue *tat* telah diberikan pelatihan untuk membuat objek foto dari produk kue *tat* yang menarik sebagai bahan promosi *digital marketing* dari produk kue yang dihasilkan. Adapun tahapan kegiatan ini meliputi: (1) menyiapkan wadah kotak packaging yang menarik dan diberikan logo identitas; (2) memastikan wadah kotak packaging bersih dan higienis sebelum dimasukkan produk kue *tat*; (3) kue *tat* yang sudah siap dikemas selanjutnya dilapisi pelindung dari plastik tipis khusus makanan agar kue *tat* terjaga dan awet; (4) kue *tat* yang sudah dikemas plastik kedalam wadah kotak *packaging* yang sudah disiapkan; (5) produk kue *tat* siap dipasarkan.

Pengemasan suatu produk merupakan aspek penting dalam bisnis dan pemasaran. Melalui pengemasan/ *packaging* yang baik maka kualitas produk dan daya tarik produk terhadap konsumen dapat terjaga (Andivas *et al.*, 2023). Suatu produk yang dipajang di tempat-tempat jajanan jika dikemas secara menarik dengan warna yang kontras dapat menarik minat konsumen. Hasil desain logo produk dan pengemasan dapat disajikan pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Desain Logo dan Pengemasan Kue Kura Tat

### 3.3. Pemasaran Produk

Produk *kura tat* yang telah diproduksi dan dikemas dengan baik kemudian dipasarkan baik secara konvensional dengan dijual secara langsung pada konsumen, juga dilakukan melalui pemasaran digital. *Handphone* sebagai suatu perangkat yang saat ini hampir semua orang memiliki merupakan sarana efektif untuk memasarkan produk-produk dan memberikan informasi promosi tentang produk yang ditawarkan. Proses pemasaran secara digital ini umumnya dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram, Facebook, Whatsapp, Shopee* untuk menjadi media pemasaran guna menarik minat dengan cakupan yang lebih luas. Selama ini penjualan kue *tat* hanya sebatas *outlet* dan sentra oleh-oleh. Penjualan secara konvensional ini mengalami kendala serius pada saat pandemi Covid-19 lalu yang mengalami penurunan omset secara drastis hingga 85%, penyebabnya antara lain karena menurunnya jumlah wisatawan yang datang ke kota Bengkulu. Berdasarkan pantauan tim pengabdian, UMKM Binaan yang telah dilatih untuk membuat konten *marketing* yang baik, menunjukkan peningkatan hasil produksi sekaligus peningkatan penjualan produk hingga 65%.

### 3.4. Pendaftaran UMKM dan HKI

Proses perkembangan usaha kue *tat* yang dimulai sejak dirintis hingga saat ini telah mengalami beberapa proses yang tidak mudah. Perlu keterampilan dan meramu resep kue agar enak, awet, dan menarik. Hal ini menjadi gagasan awal untuk membangun dan mengembangkan UMKM binaan di kelurahan Pintu Batu yang digagas oleh ibu Elyana sebagai pemilik usaha kue *tat*. Banyak rintangan yang dihadapi sampai sejauh ini, olahan kue *tat* masih dibuat secara *homemade* dan belum memiliki karyawan, Ibu Elyana masih membuat dan mengelola kue *tat* sendiri dan belum memiliki legalitas di pemerintahan. Berbekal pengalaman, keterampilan, dan invensi ibu Elyana tersebut, maka ide dan gagasan tersebut perlu dilindungi sebagai bentuk kekayaan intelektual dari aspek kuliner. Untuk itu, produk UMKM kue *tat* telah mendapatkan kepastian hukum dengan diperolehnya hak atas ciptaan makanan dengan nomor permohonan : D212021042476 tanggal permohonan 23 Juni 2023

Kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan tersebut (29 September 2023 hingga 30 November 2023), menghasilkan produk berupa kue *tat* yang diberi nama Kura *tat* dengan kemasan yang menarik. Kegiatan ini telah mendapatkan berbagai hasil yang baik dari berbagai kegiatan yang dilakukan. Masyarakat menjadi paham pengolahan tepung mocaf menjadi produk kue *tat* yang enak dan sehat. Masyarakat mengetahui olahan produk ini sehingga dikenal secara langsung bagaimana hasil olahan dari kue *tat* melalui media sosial yang digunakan sebagai media *marketing*.

Kegiatan pendampingan dan pelatihan terhadap pelaku usaha kecil dan menengah seperti ini perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dan ditingkatkan mutunya baik dari segi pelaksanaan maupun produk yang dihasilkan. Alasan lain karena sebagian masyarakat dan pelaku UMKM enggan untuk melegalkan usaha mereka karena takut akan adanya pungutan atau retribusi atas produk yang dihasilkan. Upaya melegalkan usaha perlu dilakukan oleh para pengusaha UMKM agar memiliki legalitas yang jelas. Hal tersebut dipaparkan oleh (Anggraeni, 2022) bahwa unit usaha dan UMKM perlu mengurus dan memiliki izin usaha agar legal dan memupuk kepercayaan calon konsumen. Kegiatan pendampingan perizinan dan legalitas usaha perlu dilakukan kepada pelaku usaha mikro dan menengah yang saat ini sudah dipermudah dengan adanya aplikasi single submission (Soejono et al., 2020). Hendaknya perlu adanya sosialisasi ke masyarakat melalui dukungan pemerintah agar UMKM memiliki legalitas yang pasti di lindungi dan tetap memfasilitasi kemudahan pelaku UMKM dalam berusaha. Selain itu masih banyaknya pelaku usaha yang belum mampu menjalankan konsep digital marketing. Hendaknya kegiatan seperti ini terus dilakukan agar Industri UMKM di kota Bengkulu tetap survive walaupun dalam kondisi perekonomian masyarakat seperti sekarang ini.

## 1. Kesimpulan

---

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan telah terselenggara dengan baik dan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah tercapai. Produk makanan khas Bengkulu hasil inovasi tim pengabdian kepada masyarakat bersama mitra dengan nama kue *kura tat* (Kue Rafflesia Tat) diharapkan dapat menjadi produk unggulan daerah dan digemari oleh konsumen terutama sebagai bingkisan dan oleh-oleh untuk rekan dan keluarga. Penggunaan bahan kemasan, struktur, warna, khususnya ilustrasi dirancang untuk dapat memunculkan keunikan produk sebagai oleh-oleh khas Bengkulu. Kesan yang akan ditonjolkan pada rancangan kemasan yang baru ini adalah modern, eksklusif dan elegan. Media pendukung yang digunakan, selain sebagai promosi toko juga sebagai media promosi budaya yang ada di Provinsi Bengkulu melalui media sosial Instagram, dimana orang-orang dari semua kalangan usia selalu menggunakan aplikasi tersebut setiap saat dan tentunya melalui promosi iklan yang dapat menjangkau luas cakupan target market yang ingin dituju.

## Acknowledgement

---

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan dari perijinan hingga pelaksanaan kegiatan.

## Daftar Pustaka

---

- Andivas, M., Trisnawati, H. T., Wijanarko, A. F., Ramadhani, A. A., & Sari, H. W. M. (2023). Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Keripik Pisang Menggunakan Perangkat Lunak Canva. *Surya Abdimas*, 7(3), 450–457.
- Anggraeni, R. (2022). Pentingnya legalitas usaha bagi usaha mikro kecil dan menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 77–83.
- Ekowati, S., & Herliani, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kue Home Industri Bay Tat Ricka Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1487–1496.

- Monica, A., & Bahrin, K. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kue bay tat chanaya di kota bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(2), 174–182.
- Puspita, V., Safrianti, S., & Wali Amin, J. (2022). Edukasi pengolahan kue TAT Remunggai dan edukasi pengaplikasian digital marketing. *Jurnal Abdimasa Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 13–20.
- Pusvita, Y., Herawati, H., & Widada, W. (2019). Etnomatematika Kota Bengkulu: Eksplorasi Makanan Khas Kota Bengkulu “Bay Tat” untuk Memahami Pembelajaran Matematika di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, 4(2), 185–193.
- Putri, A. E. V. T., Winarni, W., & Susatyo, E. B. (2015). Uji proksimat dan organoleptik brownies dengan substitusi tepung mocaf (modified cassava flour). *Indonesian Journal of Chemical Science*, 4(3).
- Soejono, F., Sunarni, T., Bendi, R. K. J., Efila, M. R., Anthony, S., & Angeliana, W. (2020). Pendampingan Usaha: Penggunaan One Single Submission untuk Ijin Usaha. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 103–108.
- Yunita, R., & Nur’aini, H. (2018). Identifikasi Pangan Tradisional Di Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pertanian*, 5(1), 123–133.