

Pendampingan Pengembangan UMKM pada Produk Stik Terigu Barokah Jaya di Desa Kedungbanteng Ponorogo

Agung Dwicahyo¹, Hudan Ngisa Anshori², Imam Kamaluddin³, Mujadid Qodri Azizi⁴, Dicky Syahar Mubarak⁵, Yogi Banar Sasongko⁶

¹ Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo, Indonesia; banarsasongko25@gmail.com

² Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia; anshoryputra1@gmail.com

³ Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo, Indonesia; banarsasongko25@gmail.com

⁴ Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo, Indonesia; banarsasongko25@gmail.com

⁵ Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo, Indonesia; banarsasongko25@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

MSMEs;
product innovation;
marketing strategy;
business development

Article history:

Received 2024-11-17

Revised 2024-12-15

Accepted 2025-01-31

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in local economic growth. One of the main challenges faced by MSMEs is the development of innovative products and marketing to be able to compete in the market. This mentoring program aims to improve the quality and competitiveness of Barokah Jaya Flour Stick products in Kedungbanteng Village, Ponorogo, through the application of product innovation concepts, marketing strategies and MSME development. The service methods used include planning, implementation, evaluation and monitoring approaches. The planning stage includes analysis of needs and product development potential. At the implementation stage, product innovation training, strengthening marketing strategies, and business management assistance are carried out. Evaluation is carried out to assess the effectiveness of the program, while monitoring aims to ensure the sustainability of the mentoring impact. The results of this program show an increase in product quality through material and packaging innovation, as well as market expansion through digital marketing strategies. This assistance is expected to strengthen the competitiveness of MSMEs and make a real contribution to the economic empowerment of local communities.

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



Corresponding Author:

Yogi Banar Sasongko

Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo, Indonesia; banarsasongko25@gmail.com

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu pusat perekonomian yang memberikan kontribusi besar terhadap bangsa ini dan terbukti pelaku UMKM sendiri memberikan pengaruh yang besar kepada masyarakat dalam mendorong dan memberikan lapangan pekerjaan untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia menjadi lebih baik, selain memiliki pengaruh

dan peran yang besar terhadap masyarakat, UMKM sendiri mempunyai ketahanan yang cukup kuat ketika menghadapi masalah-masalah ekonomi hal ini dibuktikan ketika terjadi masa krisis ekonomi pada tahun 1998, para pelaku UMKM tetap ada dan terus berlanjut dalam memproduksi produk meskipun beberapa perusahaan besar mengalami masalah dan akhirnya berhenti Hamza, 2019; Niode, 2019; Putra, 2018; Sofyan, 2017).

Dalam mengembangkan sebuah usaha serta meningkatkan pendapatan usaha, pelaku UMKM harus terus meningkatkan daya saing untuk tetap bertahan ditengah-tengah situasi apapun, hal ini sebagai penunjang kinerja agar terus memproduksi produk tanpa ada jangka waktu yang kosong sehingga mengalami kemunduran bahkan terhentinya sebuah usaha, salah satu yang menjadi kunci ialah pendapatan yang harus dikelola dengan baik sehingga tidak menimbulkan keterbatasan keuangan yang kurang optimal sehingga menyebabkan pelaku UMKM sulit untuk mengembangkan usahanya (Dewi, 2016).

Salah satu masalah umum yang sering dihadapi oleh UMKM adalah tingkat produktivitas yang masih rendah. Beberapa penyebab rendahnya produktivitas ini antara lain disebabkan oleh sumber daya manusia yang kurang baik dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia tidak akan menolak untuk mengikuti kemajuan teknologi dalam bidang pemasaran melalui e-commerce dan informasi akuntansi. Laporan AppsFlyer menunjukkan peningkatan tajam dalam jumlah unduhan aplikasi dalam kategori belanja dari Januari 2020 hingga Juli 2021. Ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki lebih banyak kesempatan untuk menggunakan digitalisasi dalam bisnis mereka untuk menjadi lebih dikenal oleh masyarakat, yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Lebih dari itu, untuk mengembangkan potensi ini, dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat sangatlah penting untuk membantuk para pelaku UMKM agar dapat mengoptimalkan dari segi produksi bahkan pemasaran produk lokal yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi desa tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Salah satu bentuk peduli pemerintah terhadap masyarakat Indonesia adalah dengan mengadakan kegiatan KKN yang diembankan kepada mahasiswa. KKN secara umum merupakan suatu bentuk program Pendidikan yang di laksanakan oleh perguruan tinggi dalam upaya meningkatkan isi dan bobot Pendidikan bagi mahasiswa untuk mendapatkan nilai tambah Pendidikan tinggi. KKN dilaksanakan guna meningkatkan relevansi Pendidikan tinggi dengan kebutuhan masyarakat, dengan tujuan memberi Pendidikan perlengkap bagi mahasiswa sekaligus membantu masyarakat melancarkan pembangunan di lokasi KKN dilaksanakan.

Titik fokus pada pembahasan ini adalah kontribusi serta output yang dihasilkan oleh para mahasiswa KKN Tematik 35 unida gontor dalam mengembangkan produksi serta pemasaran pada UMKM stik terigu baroka jaya yang merupakan mitra dari pengabdian masyarakat. Berbagai problem yang ditemukan oleh para mahasiswa selama KKN kemudian berusaha untuk memberikan solusi baik dala hal produksi produk atau pemasaran produk, berbagai luaran dan output yang dihasilkan akan di paparkan sekaligus dalam pembahasan kali ini.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan (dimulai dari 4 Maret – 29 April 2024), bertempat pada usaha krupuk yang berlokasi di Desa Kedung Banteng, Kec. Sukorejo yang terletak di kabupaten Ponorogo , Jawa Timur.

Metodologi pelaksanaan kegiatan pengembangan produk pada UMKM Stik Terigu Barokah Jaya di Desa Kedungbanteng Ponorogo melibatkan beberapa tahap yang terstruktur dan sistematis untuk memastikan hasil yang optimal. Tahapan ini meliputi perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi.

a. Perencanaan

Pada tahap ini, dilakukan pada pekan pertama dengan melakukan berbagai persiapan untuk memastikan bahwa semua aspek yang diperlukan dalam pengembangan produk telah dipertimbangkan. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

- 1) Identifikasi Kebutuhan: Mengidentifikasi kebutuhan UMKM dan pasar terkait pengembangan produk stik terigu. Hal ini dilakukan melalui wawancara dengan pemilik UMKM dan survei pasar.
- 2) Penentuan Tujuan dan Sasaran: Menetapkan tujuan dan sasaran spesifik yang ingin dicapai melalui pengembangan produk.
- 3) Pengumpulan Data: Mengumpulkan data mengenai bahan baku, proses produksi, desain kemasan, dan strategi pemasaran.
- 4) Perencanaan Sumber Daya: Merencanakan alokasi sumber daya, termasuk tenaga kerja, waktu, dan anggaran yang diperlukan.

b. Pelaksanaan

Tahap ini dilaksanakan pada pekan kedua dengan melibatkan implementasi dari rencana yang telah disusun. Kegiatan utama yang dilakukan meliputi:

- 1) Pengembangan Produk
Melakukan modifikasi atau inovasi pada produk stik terigu, seperti variasi rasa, peningkatan kualitas bahan baku, dan perbaikan proses produksi.
- 2) Desain Kemasan
Mengembangkan desain kemasan yang menarik dan fungsional untuk meningkatkan daya tarik produk di pasaran.
- 3) Pelatihan dan Workshop
Mengadakan pelatihan dan workshop bagi pemilik dan karyawan UMKM mengenai teknik produksi yang efisien, manajemen kualitas, dan pemasaran.
- 4) Uji Coba Produk
Melakukan uji coba produk baru di pasar terbatas untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen.

c. Monitoring

Monitoring dilakukan dipekan ke tiga untuk memastikan bahwa proses pelaksanaan berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan monitoring meliputi:

- 1) Pengawasan Proses Produksi
Memantau proses produksi untuk memastikan kualitas produk sesuai dengan standar yang ditetapkan.
- 2) Evaluasi Pelatihan
Menilai efektivitas pelatihan dan workshop yang telah dilaksanakan.
- 3) Feedback Konsumen
Mengumpulkan dan menganalisis umpan balik dari konsumen mengenai produk baru.

d. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan diakhir sebelum penutupan kegiatan kkn untuk menilai keberhasilan program pengembangan produk dan menentukan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan. Langkah-langkah evaluasi meliputi:

- 1) Analisis Kinerja
Menganalisis kinerja produk baru di pasar berdasarkan penjualan, umpan balik konsumen, dan indikator lainnya.
- 2) Penilaian Keberhasilan
Menilai sejauh mana tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan tercapai.

3) Rencana Perbaikan

Menyusun rencana perbaikan berdasarkan hasil evaluasi untuk meningkatkan pengembangan produk di masa mendatang.

Pelaksanaan program pengabdian Masyarakat ini melalui berbagai tahapan dimulai dari dilakukannya observasi langsung ke lokasi mitra guna mengenali permasalahan yang ada pada desa tersebut serta melakukan wawancara kepada pihak pemilik UMKM yang bergerak dibidang makanan selaku mitra. Kemudian permasalahan tersebut dikonsultasikan kepada dosen pembimbing untuk membahas program yang dapat dijadikan solusi permasalahan yang pada mitra. menemukan adanya kendala dalam proses pemasaran yang menjadikan keluhan yang disampaikan langsung oleh pihak mitra berupa dalam proses digitalisasi pemasaran dan perluasan pemasaran, dengan adanya hal tersebut program KKN ini berusaha memberi solusi kepada mitra berupa penerapan digitalisasi dalam proses pemasaran dan perluasan pemasaran dengan adanya program ini diharapkan timbul rasa tentang pentingnya penerapan dan pengembangan pada UMKM yang ada di ponorogo

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Pekan ke-			
		1	2	3	4
1	Melakukan penyusunan masterplan	v			
2	Pembuatan poster dan logo	v			
3	Langkah awal pemasaran melalui online		v		
4	Pemasaran lewat sosial media secara rutin		v	v	v
5	Membangun pasar dengan menciptakan sebuah relasi yaitu dengan memulainya pemasakan ke sektor- sektor sekitar.			v	v

Indikator keberhasilan program ini tidak lepas dari respon positif masyarakat setempat dan pengetahuan tentang pentingnya penerapan dan pengembangan pada UMKM sebagai mitra dari program pengabdian masyarakat ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial).

Universitas Darussalam Gontor mengutus kelompok 5 sebagai tugas dari kegiatan KKN T 35 di desa kedungbanteng dengan jumlah mahasiswa 9 orang, latar belakang dari setiap orang dengan jurusan yang berbeda. Tugas dan fokus pada kegiatan ini adalah membantu dan mengembangkan mitra UMKM stick terigu barokah jaya dari berbagai segi pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

UMKM Kerupuk terigu barokah jaya merupakan sebuah usaha kecil yang dikelola pertama kali oleh pak indro pada tahun, alat dan cara proses pembuatan serta strategi pemasaran yang digunakan oleh mitra masih bersifat tradisional namun telah teridentifikasi halal oleh MUI sehingga dapat diperjualkan kesekitar masyarakat, salah satu yang menjadi target utama ialah masyarakat kedungbanteng kemudian meluas keberbagai tempat seperti pemasokan ke sektor-sektor terdekat.

Melalui kegiatan KKN Tematik, kelompok 5 berhasil merancang dan mengimplementasikan berbagai program untuk mendukung pengembangan UMKM Kerupuk Stik Terigu "Barokah Jaya". Dalam prosesnya, mereka mengidentifikasi permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi oleh mitra mereka, seperti masalah dalam proses produksi, pemasaran, dan distribusi. Berdasarkan analisis ini, kelompok 5 merencanakan program-program seperti pembuatan tempat jemuran yang

efisien, pemulihan pasokan pemasok yang terhenti, strategi pemasaran digital, pengadaan peralatan produksi baru, dan pembuatan identitas UMKM melalui banner. Implementasi program-program ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM mitra, seperti peningkatan efisiensi produksi, pemulihan pasokan, peningkatan visibilitas dan aksesibilitas produk, serta penguatan branding dan hubungan mitra. Selain itu, laporan ini juga mengidentifikasi faktor pendukung dan hambatan yang mempengaruhi UMKM, serta menyajikan rencana tindak lanjut yang strategis untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di masa depan.

Sebagai saran, kelompok 5 direkomendasikan untuk terus memantau dan mengevaluasi implementasi program-program yang telah dilaksanakan, serta melakukan kolaborasi lebih lanjut dengan pihak-pihak terkait seperti pemasok, pelanggan, dan komunitas lokal. Selain itu, penting bagi mereka untuk terus mengembangkan inovasi produk dan strategi pemasaran yang responsif terhadap perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi dan memperkuat kerjasama dengan pihak-pihak eksternal, UMKM ini dapat meningkatkan daya saingnya dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam jangka panjang

a. Keluaran yang dicapai

Berikut adalah keluaran yang dicapai atau output dalam kegiatan KKN Tematik dengan sasaran yang telah disebutkan:

- 1) Desain tempat jemuran kerupuk yang ergonomis dan efisien.
- 2) Daftar pondok-pondok di sekitar Ponorogo yang sebelumnya menjadi pemasok Kerupuk Stik Terigu
- 3) Rekonsiliasi kembali kerjasama dengan pemasok yang terhenti karena pandemi COVID-19.
- 4) Rencana pengiriman dan distribusi yang diupdate untuk memulai kembali pasokan ke pondok-pondok tersebut
- 5) Pembuatan akun media serta Rencana strategi pemasaran digital yang mencakup penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook
- 6) Konten-konten kreatif dan menarik untuk diposting di media sosial yang berfokus pada promosi Kerupuk Stik Terigu
- 7) Pembuatan logo mitra UMKM sebagai identitas suatu usaha
- 8) Pembuatan Banner UMKM di rumah mitra serta pembelian berupa beberapa alat-alat produksi UMKM



Gambar 1. Pembuatan tempat jemur stik



Gambar 2. Pembelian alat-alat



Gambar 3. Logo produk UMKM



Gambar 4. Poster produk

Hasil luaran ini mencerminkan hasil konkret dari upaya perencanaan dan implementasi program-program yang ditujukan untuk mempermudah proses produksi dan pemasaran Kerupuk Stik Terigu serta memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran digital.

b. Manfaat yang di peroleh

Berikut adalah manfaat atau outcome yang dapat diperoleh

- 1) Peningkatan Efisiensi Produksi
Desain tempat jemuran yang ekonomis dan efisien akan membantu meningkatkan efisiensi dalam proses pengeringan kerupuk, mengurangi waktu dan tenaga yang diperlukan untuk proses tersebut.
- 2) Kualitas Produk yang Lebih Baik
Konstruksi fisik tempat jemuran yang sesuai dengan desain akan memastikan bahwa kerupuk tergantung dengan stabil dan terhindar dari kontaminasi, sehingga meningkatkan kualitas produk akhir.
- 3) Dokumentasi yang Komprehensif
Dokumentasi proses pembuatan tempat jemuran, termasuk gambar dan catatan teknis, akan menjadi referensi yang berharga untuk pelaksanaan yang berkelanjutan serta memudahkan dalam melakukan perbaikan atau modifikasi di masa depan
- 4) Pemulihan Pasokan Pemasok
Dengan daftar yang diperbarui dari pondok-pondok di sekitar Ponorogo yang menjadi pemasok, kegiatan KKN ini akan membantu memulihkan kembali pasokan pemasok yang terhenti akibat pandemi COVID-19.
- 5) Penguatan Hubungan dengan Pemasok
Proses rekonsiliasi kembali kerjasama dengan pemasok yang terhenti akan memperkuat hubungan kerjasama antara UMKM Kerupuk Stik Terigu dengan pemasok lokal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keberlanjutan pasokan
- 6) Peningkatan Visibilitas dan Aksesibilitas
Rencana strategi pemasaran digital akan membantu meningkatkan visibilitas produk Kerupuk Stik Terigu secara online, sehingga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas

- konsumen potensial.
- 7) Kreativitas dalam Pemasaran
Konten-konten kreatif dan menarik yang diposting di media sosial akan membantu membangun citra merek yang kuat dan menarik perhatian konsumen, sehingga meningkatkan minat dan permintaan terhadap produk.
 - 8) Meningkatkan Efisiensi Produksi
Dengan membeli alat press plastik dan peralatan baru seperti kompor, spatula, dan alat penyaring minyak, UMKM dapat meningkatkan efisiensi dalam proses produksi. Alat-alat ini membantu dalam meningkatkan output produksi, mempercepat proses pembuatan, dan mengurangi waktu serta tenaga yang diperlukan.
 - 9) Peningkatan Kualitas Produk
Dengan menggunakan alat press plastik dan peralatan baru, UMKM dapat meningkatkan kualitas kerupuk stik terigu yang dihasilkan. Proses produksi yang lebih terkontrol dan efisien dapat membantu dalam menghasilkan produk yang lebih konsisten dalam tekstur, rasa, dan penampilan.
 - 10) Penghematan Biaya Produksi
Peralatan baru yang dibeli membantu UMKM mengurangi biaya produksi dalam jangka panjang. Alat-alat modern cenderung lebih efisien dalam penggunaan energi dan bahan baku, serta mengurangi kebocoran atau pemborosan dalam proses produksi.
 - 11) Peningkatan Daya Saing
Dengan meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya di pasar. Produk yang lebih baik dapat menarik lebih banyak pelanggan dan menciptakan loyalitas konsumen jangka panjang.
 - 12) mempunyai ciri khas tersendiri sehingga membedakan dengan stik-stick terigu yang lain serta menjadu dentitas Perusahaan (Agar dapat membedakan dengan identitas milik orang lain) Tanda Kepemilikan (Agar dapat membedakannya dengan milik orang lain) Tanda Jaminan kualitas.
 - 13) memudahkan mitra dalam memasarkan barang dengan melalui media masa berupa instagram atau fb serta beberapa akun yang ada
 - 14) Branding dan Pemasaran yang Lebih Baik
Dengan membuat dan memasang banner UMKM di rumah mitra, UMKM dapat meningkatkan brand awareness dan visibilitas produknya. Ini dapat membantu dalam menarik perhatian calon pelanggan yang melewati area tersebut dan memperluas pangsa pasar mereka.
 - 15) Membangun Kemitraan yang Kuat
Dengan memasang banner di rumah mitra, UMKM juga dapat memperkuat hubungan dengan mitra bisnisnya. Hal ini menciptakan kesan kerja sama yang erat dan saling mendukung antara UMKM dan pemilik rumah yang menjadi mitra dalam pemasangan banner.
 - 16) Meningkatkan Kepercayaan Konsumen
Dengan melakukan investasi dalam peralatan baru dan strategi pemasaran seperti pemasangan banner, UMKM dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kualitas produk dan layanan. Hal ini dapat membantu membangun kepercayaan konsumen yang lebih besar terhadap merek dan produk UMKM tersebut.

4. KESIMPULAN

Program pendampingan pengembangan UMKM pada produk Stik Terigu Barokah Jaya di Desa Kedungbanteng, Ponorogo, telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing usaha. Melalui penerapan konsep inovasi produk, strategi pemasaran, dan pengembangan UMKM, pelaku usaha mampu meningkatkan kualitas produk, memperbaiki kemasan, serta memperluas jangkauan pemasaran, terutama melalui platform digital. Pendekatan perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan monitoring terbukti efektif dalam memberikan solusi berkelanjutan bagi

pengembangan UMKM. Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan dalam aspek manajemen usaha dan strategi pemasaran, sementara monitoring memastikan bahwa perubahan yang diimplementasikan dapat terus berjalan dan berkembang. Dengan adanya pendampingan ini, UMKM Stik Terigu Barokah Jaya tidak hanya mengalami peningkatan dalam aspek produksi dan pemasaran, tetapi juga memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang strategi bisnis yang berkelanjutan. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis inovasi dan pemasaran yang tepat dapat menjadi solusi efektif dalam memperkuat UMKM di tingkat lokal.

REFERENSI

- Dewi, S. T. (2016). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Ekonomi Dan Bisnis*, 80. <https://core.ac.uk/download/pdf/11715776.pdf>
- Hamza, L. M. (2019). Effect of Micro, Small and Medium Enterprises Development on National Income in the MSME Sector in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 215–228. <http://jurnal.feb.unila.ac.id/index.php/jep/article/view/45>
- Niode, I. Y. (2019). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10. <https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html>
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia*, 11(1), 33–59. <https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/blc/article/view/298/216>

