

**PENGUATAN KAPASITAS UMKM MELALUI INOVASI PRODUK,
PENDAMPINGAN PRODUKSI, DAN DIGITALISASI PEMASARAN*****Strengthening MSME Capacity through Product Innovation,
Production Assistance, and Digital Marketing***

Maria Indri Yesni Roma¹
Salvador Yudrianto
Rigy¹
Ancelina Meo¹
Yunius Samba¹
Yemima Mbita Dopu¹
Warter Agustim¹

¹Universitas Tribhuwana
Tunggadewi, Malang

*email: indriroma47@gmail.com

Abstrak

UMKM Kerupuk Putra Nusantara menghadapi keterbatasan variasi produk, perlunya perbaikan proses produksi, dan belum optimalnya pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas mitra pada aspek diversifikasi produk, proses produksi, dan pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui observasi, wawancara, perencanaan bersama, pendampingan, praktik, monitoring, dan evaluasi. Intervensi meliputi pengembangan varian rasa daun jeruk dan rumput laut, pendampingan proses produksi dan kebersihan, serta pelatihan pemanfaatan media digital untuk promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil menghasilkan dua varian produk baru, menerapkan tahapan produksi yang lebih terstruktur, serta mulai memanfaatkan media digital dan mampu membuat serta mengunggah konten promosi. Capaian tersebut menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam diversifikasi produk, praktik produksi, dan pemasaran digital. Namun, kegiatan belum mengukur perubahan omzet, volume penjualan, atau perluasan pasar secara kuantitatif. Keberlanjutan program diarahkan pada konsistensi produksi, pengembangan konten digital, dan pencatatan penjualan serta respons konsumen.

Kata Kunci:
UMKM
Pemberdayaan
Inovasi
Produksi
Digitalisasi

Keywords:
MSME
Empowerment
Innovation
Production
Digitalization

Abstract

Kerupuk Putra Nusantara MSME faces limited product variety, the need to improve production processes, and suboptimal use of digital media for marketing. This community service program aimed to strengthen the partner's capacity in product diversification, production processes, and digital marketing. The program employed a participatory approach through observation, interviews, joint planning, assistance, practical activities, monitoring, and evaluation. The interventions included developing lime-leaf and seaweed flavor variants, providing assistance in production processes and hygiene practices, and training on the use of digital media for promotion. The results showed that the partner successfully developed two new product variants, implemented more structured production practices, and began using digital media to create and upload promotional content. These results indicate improved partner capacity in product diversification, production practices, and digital marketing. However, the program did not quantitatively measure changes in revenue, sales volume, or market expansion. Follow-up activities are therefore directed toward production consistency, regular digital content development, and recording sales and consumer responses.



© year The Authors. Published by **Penerbit Forind**. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). Link: <https://jurnal.forindpress.com/index.php/jamas>

Submite: 18-08-2026

Accepted: 02-10-2026

Published: 26-10-2026

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja lokal. Namun, Industri Mikro dan Kecil (IMK) masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan akses dan modal, kualitas sumber daya manusia dan manajemen yang belum optimal, serta

berbagai kendala dalam pengembangan usaha (Badan Pusat Statistik, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya membutuhkan dukungan terhadap aspek produksi, tetapi juga peningkatan kapasitas usaha dalam mengembangkan produk, menjaga kualitas, dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan perubahan lingkungan bisnis. Upaya pemberdayaan UMKM juga

sejalan dengan kebijakan pemerintah yang menempatkan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari kebijakan pembangunan ekonomi nasional (Pemerintah Republik Indonesia, 2021). Badan Pusat Statistik Indonesia

Salah satu aspek yang penting dalam pengembangan UMKM adalah inovasi produk. Inovasi memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi konsumen serta menghadapi perubahan lingkungan usaha. Penelitian pada UMKM di Kulon Progo menunjukkan bahwa strategi inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, terutama dalam lingkungan usaha yang dinamis (Dari & Isfianadewi, 2020). Penelitian yang lebih baru juga menunjukkan keterkaitan antara inovasi produk, keunggulan bersaing, dan keberlanjutan usaha UMKM di Indonesia (Sawitri et al., 2026). Dengan demikian, inovasi produk dapat menjadi salah satu pendekatan dalam pengembangan kapasitas UMKM, termasuk melalui diversifikasi varian produk sesuai dengan karakteristik usaha dan kebutuhan konsumen. *Journal UMY*

Pada usaha makanan ringan, diversifikasi produk dapat dilakukan melalui pengembangan varian rasa dengan memanfaatkan bahan yang mudah diperoleh dan sesuai dengan karakteristik produk. Pengembangan varian rasa tidak hanya memberikan alternatif pilihan kepada konsumen, tetapi juga memungkinkan pelaku usaha memperluas portofolio produk tanpa mengubah keseluruhan proses produksi. Dalam konteks UMKM Kerupuk Putra Nusantara, pengembangan varian rasa menjadi relevan karena berdasarkan observasi awal, produk yang dihasilkan masih memiliki pilihan rasa yang terbatas. Oleh karena itu, pengembangan varian rasa daun jeruk dan rumput laut diarahkan sebagai bentuk diversifikasi produk yang dapat memberikan alternatif baru bagi konsumen dan memperkaya pilihan produk mitra.

Selain inovasi produk, kualitas proses produksi merupakan bagian penting dalam menjaga konsistensi produk UMKM. Proses produksi yang dilakukan secara teratur dengan memperhatikan pemilihan bahan, pengolahan, kebersihan, sanitasi, dan pengemasan diperlukan untuk menghasilkan produk yang konsisten. Dalam kegiatan ini, pendampingan produksi diarahkan pada beberapa tahapan yang secara langsung dilakukan oleh mitra, meliputi pemilihan bahan baku, penimbangan dan pencampuran bahan, penggorengan, penirisan, pengemasan, serta penerapan kebersihan dan sanitasi. Pendekatan tersebut diharapkan dapat membantu mitra memperbaiki praktik produksi tanpa menghilangkan karakteristik proses usaha yang telah berjalan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha menjangkau konsumen dan memasarkan produk. Adopsi teknologi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk mengembangkan aktivitas usaha dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis. Studi terhadap 2.169 UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa adopsi digital dipengaruhi oleh karakteristik usaha dan lingkungan, dengan UMKM di wilayah perkotaan menunjukkan kecenderungan penggunaan teknologi digital yang lebih tinggi (Dwiputri et al., 2025). Penelitian lain terhadap UMKM di Jawa Tengah juga menunjukkan bahwa digitalisasi berkaitan dengan peningkatan kinerja keuangan melalui kapabilitas dinamis (Indriastuti & Kartika, 2022). Temuan tersebut menunjukkan pentingnya penguatan kapasitas digital UMKM, termasuk dalam pemanfaatan media digital untuk mendukung kegiatan pemasaran. *UNY Journal*

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada UMKM Kerupuk Putra Nusantara yang menjadi mitra Program Pengabdian kepada Masyarakat Tematik (PMT) Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. Berdasarkan hasil observasi awal, terdapat tiga permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu (1) terbatasnya variasi rasa produk, (2) perlunya peningkatan kualitas dan keteraturan

proses produksi, serta (3) belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Mitra berlokasi di Desa Pendem, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Permasalahan tersebut menjadi dasar penentuan bentuk intervensi dalam kegiatan pengabdian. Batukota

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui tiga bentuk intervensi, yaitu pengembangan varian rasa daun jeruk dan rumput laut, pendampingan proses produksi, serta digitalisasi pemasaran. Pengembangan varian rasa diarahkan untuk melakukan diversifikasi produk, pendampingan proses produksi diarahkan untuk memperbaiki praktik pengolahan dan kebersihan produksi, sedangkan digitalisasi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Ketiga bentuk intervensi tersebut dirancang secara partisipatif dengan melibatkan mitra dalam proses pengembangan dan penerapan solusi.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Kerupuk Putra Nusantara dalam aspek diversifikasi produk, proses produksi, dan pemasaran digital. Secara khusus, kegiatan diarahkan untuk menghasilkan varian produk baru, memperbaiki praktik proses produksi, serta meningkatkan kemampuan mitra dalam menggunakan media digital untuk kegiatan promosi. Capaian kegiatan dievaluasi melalui perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah pendampingan berdasarkan indikator yang ditetapkan pada setiap aspek kegiatan. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mitra sekaligus mendukung keberlanjutan pengembangan usaha.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan pada UMKM Kerupuk Putra Nusantara di Desa Pendem, Kecamatan Junrejo, Kota Batu. Mitra

dipilih berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan tiga permasalahan utama, yaitu keterbatasan variasi produk, proses produksi yang belum optimal, dan pemanfaatan media digital yang belum maksimal. Kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif, dengan melibatkan mitra dalam identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Pendekatan partisipatif memungkinkan solusi dikembangkan berdasarkan kebutuhan dan kondisi nyata mitra. PubMed Central (PMC)

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahapan. Pertama, identifikasi kondisi awal, dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan mitra untuk memperoleh informasi mengenai produk, proses produksi, praktik kebersihan, serta aktivitas pemasaran. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar penyusunan program.

Kedua, perencanaan dan pelaksanaan intervensi, dilakukan bersama mitra melalui tiga kegiatan utama. (1) Pengembangan produk, berupa formulasi dan uji coba dua varian rasa baru, yaitu daun jeruk dan rumput laut. (2) Pendampingan proses produksi, meliputi pemilihan dan penimbangan bahan, pencampuran, penggorengan, penirisan, pengemasan, serta penerapan kebersihan dan sanitasi. (3) Digitalisasi pemasaran, meliputi pembuatan atau penguatan akun media sosial usaha, penyusunan profil usaha, foto produk, pembuatan konten, penulisan deskripsi produk, dan praktik pengunggahan konten.

Ketiga, monitoring, dilakukan selama proses pelaksanaan untuk melihat keterlibatan mitra dan kesesuaian kegiatan dengan rencana. Dokumentasi kegiatan dan catatan observasi digunakan untuk merekam proses pelaksanaan serta perubahan yang terjadi.

Keempat, evaluasi hasil, dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan menggunakan lembar observasi dan dokumentasi kegiatan. Indikator evaluasi meliputi: (1) inovasi produk, diukur berdasarkan jumlah dan

keberhasilan penerapan varian rasa baru; (2) proses produksi, diukur berdasarkan penerapan tahapan produksi, kebersihan, sanitasi, dan konsistensi proses; serta (3) pemasaran digital, diukur berdasarkan kepemilikan/penggunaan media sosial usaha, kemampuan membuat konten, dan kemampuan mengunggah informasi produk secara mandiri. Evaluasi program dalam kegiatan berbasis masyarakat perlu diarahkan pada proses dan hasil sehingga perubahan yang terjadi dapat didokumentasikan secara sistematis. NCBI

Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis secara deskriptif-komparatif, yaitu dengan mendeskripsikan kondisi awal, proses intervensi, dan kondisi setelah pendampingan. Hasil evaluasi digunakan untuk menjelaskan perubahan kapasitas mitra pada aspek inovasi produk, proses produksi, dan pemasaran digital. Data yang tidak diukur secara langsung tidak digunakan sebagai dasar untuk menyatakan peningkatan pendapatan, jumlah penjualan, atau perluasan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal dan Intervensi Program

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Putra Nusantara menghadapi tiga permasalahan utama, yaitu keterbatasan variasi produk, proses produksi yang masih perlu diperbaiki, dan pemanfaatan media digital yang belum optimal. Kondisi tersebut menjadi dasar dalam menentukan bentuk intervensi program yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan mitra.

Intervensi tidak dilakukan dalam bentuk pelatihan satu arah, tetapi melalui pendampingan dan praktik bersama mitra. Pendekatan tersebut memungkinkan setiap kegiatan langsung diterapkan pada proses usaha yang berjalan. Ringkasan kondisi awal, bentuk intervensi, dan hasil yang diperoleh disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kondisi Awal, Intervensi, dan Hasil Kegiatan

Aspek	Kondisi Awal	Bentuk Intervensi	Hasil yang Teramati
Inovasi produk	Produk memiliki rasa original dengan variasi yang terbatas	Formulasi, uji coba, dan evaluasi dua varian baru	Tersedia dua varian baru, yaitu daun jeruk dan rumput laut
Proses produksi	Beberapa tahapan produksi belum dilakukan secara konsisten dan aspek kebersihan masih perlu diperhatikan	Pendampingan pemilihan bahan, penimbangan, pencampuran, penggorengan, penirisan, pengemasan, serta kebersihan dan sanitasi	Mitra memperoleh praktik produksi yang lebih terstruktur dan memahami tahapan kebersihan serta sanitasi
Pemasaran digital	Pemasaran masih didominasi penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut	Pembuatan/penguatan media sosial, foto produk, penyusunan konten, deskripsi produk, dan praktik unggah konten	Mitra mulai menggunakan media digital sebagai sarana promosi dan memperoleh keterampilan dasar membuat serta mengunggah konten

Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil utama program berada pada peningkatan kapasitas mitra, bukan pada perubahan kinerja ekonomi yang belum diukur secara langsung. Dengan demikian, capaian program lebih tepat dilihat dari kemampuan mitra menerapkan pengetahuan dan praktik baru pada tiga aspek yang menjadi sasaran kegiatan.

Pengembangan Varian Produk

Permasalahan pertama yang ditemukan adalah keterbatasan variasi produk. Sebelum pendampingan, Kerupuk Putra Nusantara hanya memiliki rasa original. Kondisi tersebut kemudian ditindaklanjuti melalui pengembangan dua varian baru, yaitu daun jeruk dan rumput laut.

Pengembangan produk dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari pemilihan bahan tambahan, penyusunan formulasi bumbu, uji coba komposisi, penggorengan sampel, hingga evaluasi cita rasa bersama

mitra. Proses tersebut dilakukan secara bertahap agar varian baru tetap sesuai dengan karakteristik dasar produk dan dapat diterapkan menggunakan kemampuan produksi yang telah dimiliki mitra.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil menghasilkan dua alternatif varian produk. Varian daun jeruk memberikan karakter aroma dan cita rasa yang khas, sedangkan varian rumput laut memberikan karakter rasa gurih yang berbeda. Dengan demikian, hasil yang dapat dibuktikan dari kegiatan ini adalah bertambahnya portofolio produk dari satu varian menjadi tiga pilihan, yaitu original, daun jeruk, dan rumput laut.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Dari dan Isfianadewi (2020) yang menunjukkan hubungan positif strategi inovasi produk dengan kinerja UMKM pada lingkungan usaha yang dinamis. Jurnal UMM Penelitian Sawitri et al. (2026) juga menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dan keberlanjutan usaha UMKM. Jurnal UMM Namun, temuan tersebut tidak secara otomatis membuktikan bahwa program ini telah meningkatkan penjualan atau pendapatan mitra. Oleh karena itu, capaian kegiatan dalam penelitian ini dibatasi pada diversifikasi produk dan kemampuan mitra menghasilkan varian baru.

Pendampingan Proses Produksi

Aspek kedua yang menjadi sasaran kegiatan adalah proses produksi. Berdasarkan observasi awal, beberapa tahapan produksi masih perlu diperbaiki terutama dari sisi keteraturan proses, konsistensi penggunaan bahan, serta penerapan kebersihan dan sanitasi.

Pendampingan dilakukan secara langsung pada proses produksi mitra. Materi dan praktik mencakup pemilihan bahan baku, penimbangan bahan berdasarkan formulasi, pencampuran, penggorengan, penirisan minyak, pengemasan, serta penerapan kebersihan peralatan dan lingkungan produksi. Pendampingan dilakukan melalui

praktik sehingga mitra tidak hanya menerima penjelasan, tetapi langsung menerapkan tahapan yang diberikan.

Setelah pendampingan, proses produksi dapat dilakukan secara lebih terstruktur. Mitra juga memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya konsistensi tahapan produksi, kebersihan peralatan, dan sanitasi selama proses pengolahan. Pada tahap uji coba produk, tim bersama mitra juga melakukan pengamatan terhadap karakteristik produk, terutama rasa, aroma, dan kerenyahan.

Hasil tersebut menunjukkan adanya perubahan pada praktik dan kapasitas produksi, tetapi belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya peningkatan produktivitas atau efisiensi secara kuantitatif. Untuk membuktikan peningkatan tersebut diperlukan data seperti waktu produksi, jumlah produk yang dihasilkan, tingkat produk gagal, atau biaya produksi sebelum dan sesudah pendampingan. Data tersebut belum tersedia dalam kegiatan ini sehingga klaim dibatasi pada perubahan praktik produksi yang teramati.

Digitalisasi Pemasaran

Permasalahan ketiga berkaitan dengan pemasaran. Sebelum program dilaksanakan, pemasaran produk masih banyak dilakukan melalui penjualan langsung kepada pelanggan sekitar dan jaringan dari mulut ke mulut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi masih perlu diperkuat.

Pendampingan digitalisasi pemasaran dilakukan melalui beberapa kegiatan, yaitu pembuatan atau penguatan akun media sosial usaha, penyusunan profil usaha, pengambilan foto produk, pembuatan materi promosi, penulisan deskripsi produk, serta praktik mengunggah konten. Mitra juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas produk melalui penggunaan logo, kemasan, dan penyampaian informasi produk secara lebih lengkap.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa mitra mulai menggunakan media digital sebagai bagian dari aktivitas promosi dan memperoleh kemampuan dasar untuk membuat serta mengunggah konten produk. Dengan demikian, perubahan utama yang dicapai pada aspek ini adalah peningkatan kapasitas digital mitra dalam menjalankan aktivitas promosi.

Temuan tersebut relevan dengan penelitian Dwiputri et al. (2025) yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital pada UMKM merupakan proses yang dipengaruhi oleh karakteristik usaha dan lingkungan. Studi tersebut menggunakan data 2.169 UMKM di Indonesia dan menemukan adanya perbedaan adopsi digital berdasarkan karakteristik wilayah dan jenis usaha. UNY Journal Penelitian Indriastuti dan Kartika (2022) terhadap 282 UMKM di Jawa Tengah juga menunjukkan bahwa digitalisasi berkaitan dengan peningkatan kinerja keuangan melalui kapabilitas dinamis. UNY Journal

Dalam konteks kegiatan ini, hasil tersebut belum dapat digunakan untuk menyatakan bahwa digitalisasi telah meningkatkan penjualan atau memperluas pasar mitra karena belum dilakukan pengukuran terhadap jumlah transaksi, omzet, jangkauan konsumen, atau indikator pemasaran digital lainnya.

Capaian Program

Berdasarkan tiga aspek intervensi, capaian program dapat dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Capaian Program Pengabdian

Indikator	Target kegiatan	Capaian
Diversifikasi produk	Menghasilkan varian produk baru	Tercapai: dua varian baru, daun jeruk dan rumput laut
Praktik produksi	Mitra memahami dan menerapkan tahapan produksi yang lebih terstruktur	Tercapai: terdapat pendampingan langsung pada tahapan produksi dan kebersihan
Pemasaran digital	Mitra mampu menggunakan media digital untuk promosi	Tercapai: mitra mulai menggunakan media sosial dan mampu melakukan pembuatan serta pengunggahan konten
Kapasitas mitra	Pengetahuan dan keterampilan meningkat pada tiga aspek kegiatan	Teramati melalui praktik langsung dan keterlibatan mitra selama pendampingan

Tabel 2 menunjukkan bahwa capaian program terutama berupa output dan perubahan kapasitas mitra. Hal ini penting karena kegiatan pengabdian memiliki perbedaan dengan penelitian eksperimental yang memungkinkan pengukuran perubahan dengan kelompok pembanding. Oleh karena itu, indikator yang digunakan dalam kegiatan ini lebih diarahkan pada perubahan praktik dan kemampuan mitra.

Secara keseluruhan, kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang menggabungkan inovasi produk, perbaikan praktik produksi, dan digitalisasi pemasaran dapat digunakan untuk merespons permasalahan yang ditemukan pada UMKM Kerupuk Putra Nusantara. Ketiga intervensi tersebut saling melengkapi: produk baru membutuhkan proses produksi yang konsisten, sedangkan produk yang telah dikembangkan membutuhkan kemampuan promosi agar dapat diperkenalkan kepada konsumen.

Meskipun demikian, kegiatan ini belum mengukur perubahan pada omzet, volume penjualan, jumlah pelanggan, jangkauan pasar, maupun keuntungan usaha. Oleh karena itu, hasil kegiatan tidak digunakan untuk menyimpulkan peningkatan kinerja ekonomi UMKM secara langsung. Pengukuran indikator tersebut dapat menjadi bagian dari evaluasi lanjutan untuk mengetahui keberlanjutan dampak program.

RENCANA TINDAK LANJUT

Keberlanjutan program diarahkan pada penerapan hasil pendampingan secara mandiri oleh mitra. Pertama, mitra melakukan produksi rutin varian daun jeruk dan rumput laut serta mencatat penerimaan konsumen sebagai dasar menentukan varian yang dipertahankan atau dikembangkan. Kedua, mitra menerapkan prosedur produksi dan kebersihan yang telah didampingi melalui pemeriksaan sederhana pada setiap proses produksi agar kualitas produk tetap konsisten. Ketiga, mitra melakukan pembaruan konten media digital secara berkala, minimal satu kali setiap minggu, dengan

menampilkan produk, varian rasa, harga, dan informasi pemesanan. Keempat, mitra melakukan pencatatan sederhana penjualan dan respons konsumen untuk memantau perkembangan pemasaran dan menjadi dasar evaluasi usaha. Kelima, tim PkM melakukan pemantauan lanjutan secara berkala untuk mengidentifikasi kendala penerapan, memberikan konsultasi, dan mengevaluasi keberlanjutan hasil program. Langkah tersebut dipilih agar hasil kegiatan tidak berhenti pada pelatihan, tetapi diterapkan sebagai bagian dari rutinitas pengelolaan usaha.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Kerupuk Putra Nusantara dilaksanakan untuk merespons tiga permasalahan utama, yaitu keterbatasan variasi produk, perlunya perbaikan proses produksi, dan belum optimalnya pemanfaatan media digital dalam pemasaran. Pendekatan partisipatif diterapkan melalui observasi, perencanaan bersama mitra, pendampingan, praktik, serta evaluasi terhadap perubahan yang terjadi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program menghasilkan dua varian produk baru, yaitu daun jeruk dan rumput laut, sehingga pilihan produk mitra menjadi lebih beragam. Pada aspek produksi, pendampingan membantu mitra menerapkan tahapan produksi yang lebih terstruktur, termasuk penimbangan bahan, pengolahan, penggorengan, penirisan, pengemasan, serta penerapan kebersihan dan sanitasi. Pada aspek pemasaran, mitra mulai memanfaatkan media digital dan memperoleh keterampilan dasar dalam membuat serta mengunggah konten promosi produk.

Dengan demikian, kegiatan memberikan hasil terutama dalam bentuk diversifikasi produk dan peningkatan kapasitas mitra pada aspek produksi dan pemasaran digital. Namun, kegiatan ini belum mengukur perubahan omzet, volume penjualan, keuntungan, atau perluasan pasar secara kuantitatif. Oleh karena itu, keberlanjutan program perlu diarahkan pada penerapan hasil pendampingan, pencatatan penjualan dan respons

konsumen, konsistensi produksi, serta evaluasi berkala untuk mengetahui dampak ekonomi program dalam jangka lebih panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, LPPM, mitra UMKM Kerupuk Putra Nusantara, serta seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Profil industri mikro dan kecil 2024*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/09/16/a83f105e49377d0a7434e62a/profil-industri-mikro-dan-kecil-2024.html>
- Dari, W., & Isfianadewi, D. (2020). Product innovation strategy and dynamic environment against the improvement of company performance at MSME in Kulon Progo. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 143–162. <https://doi.org/10.18196/mb.11294>
- Dwiputri, I. N., Permana, Y. H., & Prastiwi, L. F. (2025). Driving digital adoption within small business: A study case of Indonesia micro-small-medium enterprises. *Jurnal Economia*, 21(2), 304–315. <https://doi.org/10.21831/economia.v21i2.67494> *UNY Journal*
- Indriastuti, M., & Kartika, I. (2022). The impact of digitalization on MSMEs' financial performance: The mediating role of dynamic capability. *Jurnal Economia*, 18(2), 240–255. <https://doi.org/10.21831/economia.v18i2.42790>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>

Sawitri, H. S. R., Riani, A. L., Istiqomah, S., Suprapti, A.
R., Aini, I. N. Q., & Harsono, M. (2026). Product
innovation and business sustainability of MSMEs:
The role of competitive advantage and gender.
Journal of Innovation in Business and Economics,
10(1), 17–26.
<https://doi.org/10.22219/jibe.v10i01.33232>