



OPTIMALISASI POTENSI DESA DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DESA NGUMPUL MELALUI PEMASARAN KERUPUK LEMPIT

M. Luthfi Afif Al Azhari, Ahmad Khairudin Ashrofi, Ayuni Puspita Yadi, Berliana Putri Novalinda, Dina Nur Ramadhani, Heri Rohmadi, Istianah, Lia Fitri Handayani, Muhammad Ridwan, Reny Widya Wijayanti, Safira Zulvia Natasya, Siska Santi Mulyanti, Sunardi, Wida Dwi Astuti

Institut Agama Islam Ngawi

E-mail: luthfiafif@iaingawi.ac.id

Abstract: Community Empowerment Practicum (PPM) IAI Ngawi conducted research on Small and Medium Enterprises (UMKM) Kerupuk Lempit in Ngumpul Village, West District, Magetan Regency aims to develop a strategy to increase sales and business development to increase in the future. This PPM activity is carried out using descriptive methods accompanied by information on internal and external factors on competitive advantages in the form of raw materials, cash books, machinery and tools, work methods / technology, packaging, promotion and marketing. Production activities are carried out relatively simple in terms of marketing. Products are packaged using plastic packaging, Halal Certification and have not used a sales logo. During PPM activities, we provide counseling and business assistance. Hopefully, this activity can provide benefits for partners in developing their business.

Keywords: *UMKM, Kerupuk Lempit, Marketing, Packaging*

Abstrak: Mahasiswa PPM IAI Ngawi melakukan eksplorasi terhadap UMKM Kerupuk Lempit di Desa Ngumpul, Kecamatan Barat, Kabupaten Magetan dengan maksud merancang strategi peningkatan penjualan serta perkembangan usaha kedepannya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keunggulan kompetitif, seperti sumber daya bahan baku, administrasi keuangan, peralatan, teknologi produksi, kemasan, promosi, dan pemasaran. Meskipun proses produksinya sederhana, tetapi pemasaran produk perlu ditingkatkan. Produk dijual dalam kemasan plastik tanpa sertifikasi halal dan identitas logo penjualan. Selama kegiatan, mahasiswa PPM memberikan edukasi dan pendampingan kepada para pelaku usaha, dengan harapan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan bisnis mitra mereka.

Kata Kunci: *UMKM, Kerupuk Lempit, Pemasaran, Kemasan*

PENDAHULUAN

Program Pemberdayaan Masyarakat (PPM) Tematik ini bertujuan untuk memajukan masyarakat dengan mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya dalam upaya meningkatkan ekonomi lokal melalui manajemen usaha serta strategi pemasaran untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Ngumpul, Kecamatan Barat, Kabupaten Magetan. Adapun target khusus dari program ini meliputi: 1) Meningkatkan pemahaman masyarakat yang terlibat dalam UMKM mengenai manajemen yang efisien, serta tata kelola administrasi dan keuangan yang benar. 2) Memperkuat kemampuan strategi pemasaran bagi pelaku UMKM, dengan penekanan pada kualitas, kemasan, harga, dan distribusi produk. 3) Meningkatkan pendapatan serta pengetahuan masyarakat yang berpartisipasi dalam UMKM.

Langkah pertama dalam program ini adalah meningkatkan kapasitas masyarakat yang bergerak di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui berbagai pelatihan yang mencakup manajemen, administrasi, keuangan, serta strategi pemasaran produk yang lebih efektif. Pelatihan ini bertujuan untuk membantu UMKM meningkatkan mutu, kemasan, dan penetapan harga produk mereka agar lebih kompetitif, serta memperluas jaringan distribusi dengan memanfaatkan media sosial. Dengan demikian, diharapkan pendapatan para pelaku UMKM dapat meningkat. Pemberdayaan dilakukan melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Target inti dari kegiatan PPM Tematik ini adalah terwujudnya manajemen usaha dan strategi pemasaran yang baik, sehingga mampu meningkatkan pengetahuan dan pendapatan masyarakat UMKM di Desa Ngumpul Kecamatan Barat Kabupaten Magetan.

Desa Ngumpul terletak di Kecamatan Barat, Magetan, Jawa Timur, Indonesia, dan terdiri dari dua dusun, yaitu Turus dan Kruwul. Di Desa Ngumpul, terdapat 9 RT dan 2 RW. Mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, didukung oleh kondisi geografis yang meliputi banyak lahan sawah dengan akses mudah ke aliran sungai. Selain itu, beberapa warga desa juga menjalankan usaha rumahan, seperti produksi kerupuk, tempe, tas anyaman, dan konveksi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa ada empat UMKM di Kecamatan Barat, khususnya di Desa Ngumpul, yang bergerak dalam berbagai jenis usaha, termasuk produksi barang dan makanan, serta pembuatan kerupuk khas Desa Ngumpul. Namun, meskipun usahanya beragam, pengelolaan UMKM ini masih belum maksimal, terutama dalam aspek manajemen. Akibatnya, para pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang jelas mengenai keuntungan yang diperoleh dari usaha mereka, karena pengelolaan yang kurang efektif.

Desa Ngumpul yang berada di Kecamatan Barat, Kabupaten Magetan, memiliki potensi besar dengan adanya beberapa UMKM Home Industri, seperti produksi kerupuk, tempe, anyaman, dan konveksi, yang letaknya berdekatan satu sama lain. Meskipun Desa Ngumpul termasuk salah satu desa terkecil di

kecamatan ini, desa tersebut dikenal sebagai lingkungan yang sangat kondusif di Kabupaten Magetan. Bahkan, Polres setempat memberikan penghargaan kepada kepala desa sebagai pengakuan atas kondisi kondusif tersebut.

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup serta mengatasi masalah yang dihadapi, dengan memanfaatkan kearifan dan potensi lokal. Upaya ini dilakukan melalui peningkatan kompetensi desa dalam pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Langkah-langkah yang diterapkan selaras dengan prinsip pemberdayaan inklusif, di mana prosedur dan model yang digunakan telah diadopsi secara luas. Sinergi antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, sektor swasta, dan masyarakat merupakan kunci penting dalam proses ini. Pendidikan tinggi, khususnya, berperan sebagai alat utama untuk menghasilkan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif.

Pendidikan tinggi, melalui kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, menyediakan kerangka kerja bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terintegrasi dalam Program Pemberdayaan Masyarakat (PPM). PPM adalah bentuk pendidikan yang menawarkan pengalaman belajar langsung bagi mahasiswa, memungkinkan mereka untuk terlibat secara langsung dalam kehidupan masyarakat, mengenali tantangan yang ada, dan berkontribusi dalam menyelesaikan masalah sosial. Selain meningkatkan isi dan kualitas pendidikan mahasiswa, program ini juga memperkaya nilai pendidikan tinggi secara keseluruhan.

Bagi perguruan tinggi, pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat (PPM) bertujuan untuk mendukung perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni di kampus, serta memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menyelaraskan materi kurikulum dengan realitas pembangunan sosial. Melalui kegiatan PPM, beberapa hasil yang dapat dicapai adalah:

1. Memberikan pengalaman belajar langsung kepada mahasiswa dalam pengembangan dan penerapan keterampilan praktis.
2. Membentuk karakter mahasiswa dan mengembangkan sikap serta pola pikir yang positif.
3. Mendekatkan pendidikan tinggi dengan masyarakat melalui interaksi langsung dan kontribusi aktif.

Adapun tujuan dan manfaat PPM bagi mahasiswa meliputi:

1. Meningkatkan kemampuan berpikir dan bekerja secara interdisipliner.
2. Mengalami dan memahami tantangan yang dihadapi masyarakat.
3. Melatih mahasiswa untuk menjadi pemecah masalah yang adaptif dan dinamis.

Untuk masyarakat dan pemerintah setempat, manfaat pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat (PPM) adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan metode dan dukungan baru dalam perencanaan, perancangan, dan pelaksanaan proyek pembangunan.
2. Mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan

dengan mengeksplorasi dan memperluas peluang untuk inisiatif swadaya masyarakat.

3. Menerima manfaat dan bantuan dari pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program PPM.

Desa Ngumpul memiliki produk unggulan seperti kerupuk, tempe, dan tas anyaman yang menjadi ciri khas desa tersebut. Produk-produk ini telah berhasil didistribusikan ke luar kecamatan. Potensi ini dapat lebih dikembangkan dengan meningkatkan nilai jual dari kerupuk, tempe, dan tas anyaman.

Tas anyaman, khususnya, dapat diolah menjadi berbagai model seperti tas belanja, handbag, dan tas ransel. Diperlukan inovasi dalam pengolahan produk ini untuk meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan menambah nilai produk. Melalui upaya tersebut, diharapkan kesejahteraan masyarakat Desa Ngumpul dapat meningkat.

Pengabdian ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi yang ada di Desa Ngumpul. Output dari kegiatan pengabdian ini adalah pengembangan masyarakat melalui Program Pemberdayaan Masyarakat (PPM) IAI Ngawi, yang meliputi beberapa upaya. Pertama, mengembangkan produk-produk yang sudah ada dengan memberikan label pada produk dan sertifikat halal untuk produk makanan. Kedua, membantu memasarkan tas anyaman melalui akun online untuk meningkatkan perekonomian Desa Ngumpul.

Melanjutkan program kerja kami yang berjudul "Optimalisasi Pengembangan Potensi Desa untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Ngumpul melalui Usaha Kecil dan Menengah," kami berfokus pada upaya untuk meningkatkan kinerja UMKM guna meminimalkan kerugian dan memaksimalkan keuntungan, dengan tujuan mencapai hasil yang optimal dalam batas yang ada.

Dalam konteks kami, peningkatan ekonomi berarti mengeksplorasi dan mengembangkan potensi serta kemampuan UMKM untuk pertumbuhan lebih lanjut. UMKM memegang peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun lokal, dengan kontribusi dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di Desa Ngumpul, Kecamatan Barat, Magetan.

Kami berharap bahwa dengan melihat secara langsung beberapa usulan dan upaya peningkatan kualitas kemasan serta pemasaran melalui digitalisasi selama kegiatan PPM kami, potensi usaha kecil dan menengah di Desa Ngumpul dapat meningkat. Kami melihat potensi besar dalam UMKM produksi kerupuk, seperti kerupuk lempit, sebagai salah satu area yang sangat menjanjikan.

Landasan Teori

1. Promosi dan Pemasaran

Promosi adalah upaya atau tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan atau memajukan sesuatu, seperti perdagangan atau bidang usaha tertentu. Dalam pemasaran, promosi mengacu pada arus informasi atau persuasi satu arah yang dirancang untuk mengarahkan individu atau organisasi agar mengambil tindakan yang menghasilkan pertukaran dalam proses

pemasaran. Pemasaran, dalam pengertian sempit, diartikan oleh para pengusaha sebagai proses distribusi produk yang mencakup semua kegiatan yang diperlukan untuk mengantarkan produk fisik kepada konsumen, baik untuk rumah tangga maupun industri. Definisi ini mencerminkan inti dari kegiatan pemasaran, yaitu upaya untuk memasarkan atau mendistribusikan produk ke pasar dengan tujuan akhir menjual kepada konsumen.

2. Produk

Produk merujuk pada usaha untuk mengembangkan produk atau pasar baru dalam rangka pertumbuhan, peningkatan penjualan, produktivitas, stabilitas, dan profitabilitas, baik melalui pemasaran maupun teknologi yang berkaitan dengan produk yang ada. Sedangkan, persamaan dasar akuntansi adalah konsep fundamental dalam akuntansi yang menyatakan bahwa total aset suatu perusahaan sama dengan kewajiban ditambah ekuitas pemilik. Ini menegaskan bahwa total sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan harus sesuai dengan total sumber daya yang diperoleh atau dikeluarkan, baik dalam bentuk utang maupun modal sendiri. Dalam pencatatan penjualan, persamaan dasar akuntansi digunakan untuk memastikan bahwa semua transaksi penjualan dicatat dengan akurat sesuai prinsip akuntansi yang berlaku. Ini termasuk pencatatan pendapatan, pengurangan persediaan (jika barang terjual), dan pencatatan piutang (jika penjualan dilakukan secara kredit).

METODE

a. Jenis dan Pendekatan

Pengabdian dan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk kata-kata dan bahasa, tanpa berusaha untuk mengukur atau mengkuantifikasi informasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang konteks, persepsi, dan pengalaman subjek penelitian.

Dalam konteks kegiatan PPM, metode ini bermanfaat untuk memahami tantangan, kebutuhan, dan peluang yang dihadapi oleh masyarakat serta UMKM di Desa Ngumpul. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif dalam penelitian kualitatif, peneliti dapat mendeskripsikan upaya pemerintah desa dan masyarakat dalam mengoptimalkan potensi lokal untuk meningkatkan perekonomian. Metode ini membantu peneliti memahami secara mendalam konteks, tindakan, dan persepsi yang terlibat dalam proses tersebut, sehingga sangat sesuai untuk memetakan hasil yang diperoleh di lapangan dan menyediakan wawasan mendalam tentang dinamika serta faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi lokal di Desa Ngumpul.

b. Subyek atau Objek Penelitian

Objek pengabdian dan penelitian ini adalah UMKM Kerupuk yang

berlokasi di RW 01 Dusun Turus, Desa Ngumpul, Kecamatan Barat, Kabupaten Magetan. Pemilihan objek penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana perkembangan UMKM di daerah tersebut dapat meningkatkan penjualan di Pekanbaru. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh melalui observasi dan wawancara sesuai dengan konteks penelitian. Penelitian dilakukan selama sekitar dua minggu, dari tanggal 19 Juni hingga 2 Juli 2023. Objek penelitian mencakup seluruh lapisan masyarakat di Desa Ngumpul.

c. Metode pengumpulan data

1. Observasi yaitu mengamati dan meneliti potensi yang ada di Desa ngumpul untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.
2. Wawancara merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan oleh seorang pewawancara kepada responden atau kedua belah pihak untuk memperoleh informasi yang diinginkan, yang dilakukan dengan tanya jawab secara sepihakberdasarkan tujuan pada penelitian.
3. Dokumentasi merupakan suatu cara mengumpulkan data melalui dokumen yang berbentuk tulisan foto video yang ditampilkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil yang telah dicapai dari pelaksanaan PPM sesuai dengan program yang sudah kami jalankan yaitu :

a. Pembuatan Desain Logo Produk

Dalam kegiatan ini, kami berhasil merancang logo baru untuk UMKM Kerupuk Lempit dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik produk dan, pada akhirnya, meningkatkan penjualan di pasar. Kami telah mencetak logo tersebut untuk mendukung mitra kami. Selanjutnya, logo ini akan diserahkan kepada mitra untuk diterapkan dalam tahap berikutnya. Kami juga telah melakukan penyuluhan atau sosialisasi mengenai logo yang telah dibuat. Dengan melanjutkan penggunaan logo ini, potensi untuk menjadikannya sebagai ciri khas produk Kerupuk Lempit sangatlah besar.

Gambar 1. Desain logo produk kerupuk



b. Pengemasan Produk

Kemasan produk memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran dan perlindungan barang. Selain berfungsi untuk melindungi produk dari kontaminasi, kerusakan, dan gangguan lain yang dapat memengaruhi kualitasnya, kemasan juga merupakan elemen pertama yang dilihat oleh konsumen. Oleh karena itu, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif.

Kemasan yang menarik dan unik dapat menciptakan kesan pertama yang positif dan membedakan produk dari pesaing di pasar. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat menambah nilai estetika produk, membangun identitas merek, dan meningkatkan daya tarik konsumen. Dalam konteks ini, PPM Kelompok 9 mengajak para pelaku UMKM untuk melakukan inovasi pada kemasan produk mereka agar lebih sesuai dengan tren saat ini. Sebelumnya, kemasan produk menggunakan plastik biasa yang tidak menonjol dan tidak dilengkapi dengan elemen branding seperti logo. Kami merekomendasikan peralihan ke kemasan berbentuk plastik standing pouch, yang tidak hanya lebih modern tetapi juga lebih fungsional.

Plastik standing pouch memiliki keuntungan tambahan, seperti kemudahan dalam penyimpanan dan transportasi, serta kemampuan untuk berdiri tegak di rak, yang membuatnya lebih menarik di mata konsumen. Kami juga menyarankan untuk menambahkan label dan logo produk pada kemasan ini. Label yang informatif dan logo yang menarik akan memperkuat identitas merek dan memudahkan konsumen dalam mengenali produk di pasar.

Dengan melakukan perubahan ini, diharapkan produk tidak hanya akan lebih menonjol di rak-rak toko tetapi juga akan lebih menarik perhatian konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan daya jual produk di pasaran. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membantu UMKM membangun citra positif dan kepercayaan konsumen, serta mempermudah pemasaran produk secara lebih efektif.

Gambar 2. Kemasan produk yang lama



Gambar 3. Kemasan produk yang baru



c. Bahan Baku dan Proses Pembuatan Produk

Kerupuk Lempit terbuat dari bahan-bahan utama yaitu 8 siung bawang putih, 100 ml air, kaldu bubuk, garam, $\frac{1}{2}$ sendok teh bubuk ketumbar, $\frac{1}{2}$ sendok teh baking powder, 150 gram tepung terigu (yang sudah diayak), 150 gram tepung tapioka, dan 30 liter minyak goreng untuk penggorengan. Proses pembuatan dimulai dengan mengupas dan mencuci bawang putih, kemudian menggilingnya bersama air hingga halus. Pasta bawang putih yang sudah halus dicampur dengan garam, bubuk ketumbar, dan baking powder. Tepung terigu dan tepung tapioka ditambahkan ke dalam adonan dan diaduk hingga rata.

Setelah adonan tercampur secara merata, tuangkan ke dalam loyang atau piring besi, ratakan dengan tipis, lalu kukus dalam panci kukusan selama sekitar 4 menit dengan api sedang hingga matang. Setelah proses pengukusan, adonan dikeluarkan dan dibiarkan mengering di bawah sinar matahari. Setelah kering, adonan dipanggang untuk memastikan kerupuk benar-benar kering dan renyah. Langkah terakhir adalah menggoreng kerupuk dalam minyak panas hingga mengembang dan berwarna keemasan. Kerupuk yang sudah digoreng kemudian ditiriskan dan siap untuk disajikan.

Bahan baku untuk membuat Kerupuk Lempit meliputi tepung tapioka, tepung terigu, air, garam, bawang putih, gula, bumbu penyedap, dan minyak goreng (dengan jumlah yang sama seperti pada proses penggorengan kerupuk sebelumnya). Proses pembuatan dimulai dengan menghaluskan bawang putih dan kemudian mendinginkannya. Setelah dingin, campurkan bawang putih dengan garam, gula, dan rempah-rempah. Tambahkan tepung tapioka dan tepung terigu ke dalam campuran tersebut. Aduk rata sambil menuangkan air sedikit demi sedikit hingga adonan tercampur merata.

Selanjutnya, cetak adonan dalam bentuk bulat keriting menggunakan cetakan atau tangan. Masak kerupuk dalam air mendidih hingga matang, sekitar 15-25 menit. Setelah matang, angkat dan jemur kerupuk di bawah sinar matahari hingga benar-benar kering. Setelah proses pengeringan, panaskan minyak dan goreng kerupuk hingga mengembang dan berwarna keemasan. Angkat, tiriskan, dan kerupuk Lempit siap untuk disajikan.

Gambar 4. Proses pembuatan produk



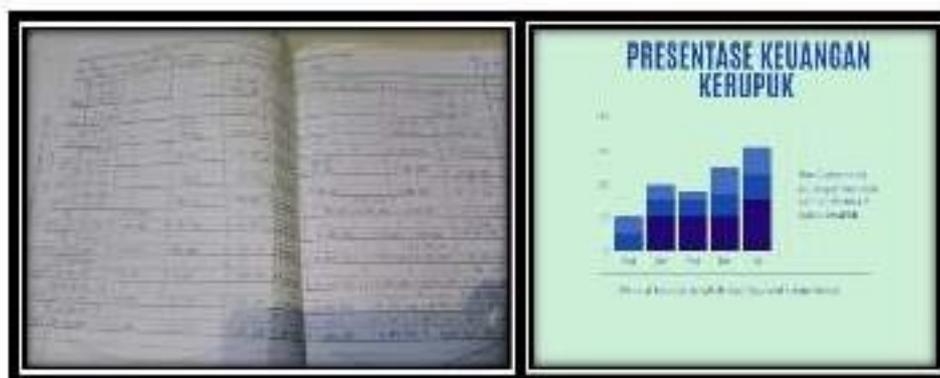
Sumber: Dokumentasi kegiatan

d. Pembuatan Buku Kas Manual

Dalam kegiatan ini, kami berfokus pada membantu mitra kami, Ibu Tandur, yang menjalankan UMKM Kerupuk Lempit, dalam pembuatan buku kas manual. Tujuan dari bantuan ini adalah untuk mempermudah mitra dalam menghitung arus kas masuk dan keluar serta perhitungan biaya produksi secara lebih efisien. Pada minggu pertama, kami melakukan sosialisasi kepada Ibu Tandur mengenai cara pembuatan buku kas manual, memastikan bahwa beliau memahami proses dan manfaatnya.

Selanjutnya, dari minggu kedua hingga minggu keempat, kami terlibat dalam pembuatan buku kas manual itu sendiri. Hasil dari upaya ini adalah tercapainya pencatatan arus kas yang lebih terstruktur, yang memungkinkan Ibu Tandur untuk mengelola keuangan usahanya dengan lebih baik. Dengan adanya buku kas manual ini, diharapkan mitra kami dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan mengelola keuangan usahanya dengan lebih efektif, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberhasilan dan pertumbuhan UMKM Kerupuk Lempit.

Gambar 5. Buku Kas Manual dan Diagram Presentase keuangan produksi krupuk lempit dalam 5 Bulan



Berdasarkan grafik yang terlampir, terlihat bahwa penjualan produk Kerupuk Lempit mengalami peningkatan dari minggu ke minggu selama periode satu bulan. Hal ini menunjukkan bahwa program yang telah dijalankan berhasil dan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan penjualan produk. Kenaikan penjualan ini mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan dalam program tersebut dan menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan telah berhasil mencapai tujuannya.

e. Pembuatan dan Pengurusan Surat Izin Serifikasi Halal

Selama kunjungan ke produksi Kerupuk Lempit, ditemukan bahwa ada kebutuhan mendesak terkait administrasi, khususnya dalam hal sertifikasi halal yang diwajibkan oleh Kementerian Agama Islam untuk semua produk di Indonesia. Menyadari pentingnya sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk, kami mengembangkan inovasi untuk membantu masyarakat dalam proses pembuatan sertifikasi halal.

Kami bekerja sama dengan tim penyuluh dari Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Barat, Kabupaten Magetan, untuk memfasilitasi pembuatan surat izin sertifikasi halal. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Ngumpul, tepatnya di Dusun Kruwul, yang dikenal dengan potensi UMKM produksinya, terutama kerupuk. Dalam proses ini, kami juga didampingi oleh Bapak Bagus Aji Prasetyo, Kepala Dusun Kruwul, yang memberikan dukungan dan bimbingan selama kegiatan. Upaya ini diharapkan dapat mempermudah proses sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di daerah tersebut, sehingga produk mereka dapat memenuhi standar dan memperluas pasar.

f. Pengembangan Sistem Promosi dan Pemasaran Kerupuk

Dalam upaya untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM Kerupuk Lempit, kami telah menerapkan strategi pemasaran yang lebih modern dan terintegrasi. Kami memperbarui sistem promosi dengan memanfaatkan berbagai media sosial seperti WhatsApp, Facebook,

Instagram, dan Marketplace. Strategi ini bertujuan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memperkenalkan produk Kerupuk Lempit kepada masyarakat yang lebih luas.

Selain itu, kami memperluas jalur distribusi dengan menjajaki kemitraan dengan kedai-kedai dan rumah makan yang cocok untuk memasarkan produk ini. Dengan memperluas saluran distribusi, kami berharap produk Kerupuk Lempit dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial dan meningkatkan pemasukannya. Langkah-langkah ini diharapkan dapat membantu mitra kami dalam meningkatkan penjualan serta memperoleh perhatian yang lebih besar di pasar. Dengan memanfaatkan berbagai platform pemasaran yang tersedia, kami berkomitmen untuk memastikan bahwa produk UMKM Kerupuk Lempit lebih mudah diakses oleh konsumen dan lebih dikenal di pasar.

Gambar 6. Promosi produk melalui media sosial



g. Perancangan Jalur Distribusi

Pada tahap ini, kami berhasil membentuk jalur distribusi yang strategis untuk mitra UMKM Kerupuk Lempit. Jalur distribusi ini diarahkan ke berbagai toko yang menjual makanan serta rumah makan atau tempat makan lainnya yang sesuai untuk memasarkan produk Kerupuk Lempit.

Dengan adanya jalur distribusi ini, diharapkan produk Kerupuk Lempit dapat lebih mudah diakses oleh konsumen, meningkatkan visibilitasnya di pasar, dan secara signifikan meningkatkan penjualan. Pembentukan jalur distribusi ini merupakan langkah penting dalam membantu mitra UMKM untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka, dengan memastikan produk mereka tersedia di tempat-tempat yang banyak dikunjungi oleh calon pembeli.

Dengan terbentuknya jalur distribusi yang baru, mitra UMKM Kerupuk Lempit kini memiliki akses yang lebih baik untuk memasarkan produknya. Penambahan logo pada kemasan produk juga memudahkan konsumen

dalam mengenali Kerupuk Lempit, meningkatkan daya tarik dan kepercayaan terhadap produk.

Langkah-langkah ini membuka potensi besar untuk keberlanjutan dan peningkatan penjualan Kerupuk Lempit, sesuai dengan tujuan program yang kami jalankan. Kami berharap upaya ini akan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan perekonomian lokal dan kesejahteraan mitra UMKM Kerupuk Lempit, serta memperkuat posisi mereka di pasar.

KESIMPULAN

Pelaksanaan program kerja kegiatan PPM Tematik Berbasis Potensi Desa dari mahasiswa IAI Ngawi telah berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang memuaskan. Selama program ini, beberapa pencapaian signifikan berhasil diraih dalam pengembangan UMKM Kerupuk Lempit. Kami berhasil mendesain dan memproduksi logo merek baru yang akan meningkatkan identitas produk di pasar. Selain itu, kemasan produk juga diperbarui dengan desain yang lebih menarik, menggunakan plastik standing pouch lengkap dengan label dan logo, sehingga meningkatkan daya tarik visual produk.

Kami juga telah menyusun buku kas manual untuk membantu mitra dalam melacak arus kas masuk dan keluar setiap hari, memudahkan pengelolaan keuangan usaha. Dalam hal pemasaran, promosi produk dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, yang membantu memperluas jangkauan pasar. Selain itu, produk Kerupuk Lempit telah dipasarkan melalui berbagai jalur distribusi, termasuk warung, rumah makan, dan kedai-kedai, meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas produk.

Hasil-hasil ini menunjukkan progres positif dalam meningkatkan pemasaran dan distribusi produk UMKM Kerupuk Lempit, serta memberikan kontribusi berarti bagi pengembangan ekonomi lokal di Desa Ngumpul. Kami berharap pencapaian ini akan berlanjut dan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi kesejahteraan masyarakat serta pengembangan usaha di desa tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mahasiswa PPM Kelompok 9 Institut Agama Islam Ngawi, mengucapkan terima kasih kepada mitra UMKM Kerupuk Lempit Dusun Kruwul yang telah bersedia bekerja sama dengan kami sebagai mitra PPM.

DAFTAR PUSTAKA

<https://ngumpul.magetan.go.id/portal/desa/sejarah-desa>

Darmansyah A., Sulistiono, Nugroho T., Supriyono E. (2016). *Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan budidaya ikan lele di desa Balongan, Indramayu, Jawa Barat*. Jurnal Agrokreatif IPB, 2(1): 8-16

Anonim (2018). *Laporan Akhir KKN Tematik Ekspedisi Nusantara Jaya* Universitas Hasanuddin 2018.

Norma Nabuala Harefa, *Peningkatan Perekonomian melalui Optimalisasi*

Potensi Desa.

Yogyakarta. Jurnal Adma Inovasia

Mursid, M. (2014). Manajemen Pemasaran. PT. Bumi Aksara : Jakarta.

Swastha, Basu. (2007). Pengantar Bisnis Modern. Edisi ketiga Cet ke – 1. Liberty Yogyakarta :Yogyakarta.

Wirasasmita, Rivai, dkk. 2002. Kamus Lengkap Ekonomi. Pionir Jaya : Lempi

Khabibah Nur, Wahyudin A (2020). *Pengaruh Pemahaman Analisis Transaksi , Persamaan Dasar Akuntansi* , Semarang. Jurnal Analisis Education Ekonomi Unnes