

Pendampingan Manajemen Usaha dan Pemasaran pada UMKM Krecek Krupuk “Bu Nor” di Ponorogo

Dhika Amalia Kurniawan¹, Syamsuri², Rahma Yudi Astuti³,
Muhammad Alfian Rumasukun⁴

^{1,2,3,4}Universitas Darussalam Gontor

Email: dhika.amalia@unida.gontor.ac.id¹, syamsuri@unida.gontor.ac.id², rahma.yudi@unida.gontor.ac.id³,
alfianrumasukun@unida.gontor.ac.id⁴

Abstract

This Community Service aims to assist and foster the Krecek Krupuk “Bu Nor” SMEs partners in the aspects of Governance and Institutions (Management), Improving Quality and Production Capacity, Business Development and Marketing. This problem is caused by the partners' working conditions which are still manual in terms of production, namely without using modern technology, low knowledge of partners regarding business management and low skills of partners in terms of digital marketing or mass media. The methods used are intensive mentoring and training for partners through business management training, productivity improvement training using modern tools and digital marketing training. The results obtained after mentoring are that partners' knowledge of business management has increased, their product productivity has increased, and their skills in digital marketing have increased, namely through mass media and market places.

Keywords: Mentoring; Management; Marketing; Ponorogo; SMEs.

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi dan membina mitra UMKM Krecek Krupuk “Bu Nor” dalam aspek tata kelola dan kelembagaan (manajemen), peningkatan mutu dan kapasitas produksi, pengembangan bisnis dan pemasaran. Masalah ini dilatarbelakangi oleh kondisi kerja mitra yang masih manual dalam hal produksi yaitu tanpa menggunakan teknologi modern, rendahnya pengetahuan mitra terhadap manajemen usaha serta rendahnya ketrampilan mitra dalam hal pemasaran digital atau media massa. Metode yang dilakukan adalah pendampingan dan pelatihan secara intens kepada mitra melalui pelatihan manajemen usaha, pelatihan peningkatan produktivitas dengan menggunakan alat modern serta pelatihan pemasaran digital. Hasil yang diperoleh setelah adanya pendampingan adalah mitra saat ini meningkat pengetahuannya tentang manajemen usaha, meningkat produktivitas produknya, serta meningkat ketrampilannya dalam hal pemasaran digital yaitu melalui media massa dan *market place*.

Kata Kunci: Pendampingan; Manajemen; Pemasaran; Ponorogo; UMKM.



Pendahuluan

Jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang terpublikasi, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 66 juta (Kadin Indonesia, 2024) seperti yang tertera di tabel 1. UMKM memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian negara (Kurniawan et al., 2023), diantara peran yang telah dijalankan UMKM antara lain mampu mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran, menjadi ladang dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi di skala makro, menjadi sumber inovasi dan ekonomi kreatif dan mampu menstimulus sekaligus penggerak perekonomian lokal serta menyumbang pendapatan produk domestik bruto (PDB).

Tabel 1. Data UMKM 2018-2023

Tahun	Jumlah UMKM (Juta)	Pertumbuhan (%)
2018	64.19	-
2019	65.47	1.98
2020	64	-2.24
2021	65.46	2.28
2022	65	-0,70
2023	66	1.52

Sumber: Kadin Indonesia, 2025

Kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5% atau setara setara Rp9.580 triliun (Dedy Sasongko, 2020). Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian. Walau bagaimanapun, pertumbuhan UMKM yang signifikan dari tahun ke tahun juga tidak lepas dari berbagai permasalahan dan tantangan yang harus dihadapi seperti lemahnya manajemen, permodalan, pemasaran, kualitas produksi, dan legalitas usaha (Kurniawan et al., 2023). Bahkan permasalahan tersebut semakin memperburuk kondisi UMKM sejak pandemi Covid-19 saat Pemerintah mengeluarkan

kebijakan adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB), sehingga berdampak pada eksistensi UMKM dan berbagai permasalahan baru. Salah satu sumber penelitian menjelaskan bahwa dampak yang terjadi antara lain penurunan jumlah penjualan, penurunan jumlah produksi, dan penurunan jumlah pendapatan yang signifikan (Rumbrawer et al., 2023).

Kabupaten Ponorogo, yang terletak di Provinsi Jawa Timur, menyumbang jumlah yang signifikan dengan 38.387 UMKM yang beroperasi di wilayah tersebut, menjadikannya salah satu kontributor terbesar bagi perekonomian regional (Dinas Perdakum, 2023), sehingga UMKM ini perlu mendapat perhatian khusus dan dukungan pemerintah daerah untuk tetap maju dan berkembang sehingga dapat memberikan kontribusinya dalam pergerakan perekonomian daerah maupun bangsa lebih baik lagi dari tahun ke tahun. Namun melihat kondisi ekonomi yang terus mengalami perubahan memberikan dampak secara langsung bagi perkembangan UMKM di Ponorogo, antara lain adanya covid 19 mengakibatkan adanya inflasi, penurunan daya beli masyarakat, banyaknya jumlah pengangguran sebagai dampak dari pengurangan tenaga kerja, menurunnya jumlah pendapatan dan berbagai masalah lainnya yang dihadapi khususnya pada UMKM di Ponorogo, sehingga peran pemerintah, akademisi dan berbagai pihak lainnya sangat dibutuhkan untuk memulihkan kondisi ekonomi serta menumbuhkan kembali eksistensi UMKM Ponorogo.

Dalam rangka meningkatkan kualitas kinerja UMKM Ponorogo, maka tim akademisi dari Universitas Darussalam Gontor melakukan pengabdian pada salah satu UMKM bidang makanan yang memproduksi Krecek Krupuk. UMKM dengan usaha Krecek Krupuk "Bu Nor" beralamatkan di desa Gandu Mlarak Ponorogo berdiri sejak tahun 2020, yang

mana merupakan usaha dengan skala mikro yang memproduksi krecek krupuk bawang mulai dari pembuatan adonan kerupuk, perebusan adonan, pemotongan bahan setengah jadi, hingga pengeringan dan terakhir pengemasan serta kegiatan pemasarannya. UMKM ini hanya memiliki 2 orang pekerja dan seluruh rangkaian proses pembuatan Krecek Krupuk “ Bu Nor” diproses secara manual tanpa menggunakan bantuan mesin. Pada awal pendampingan tahun 2022, tim pengabdian telah membantu dalam pembuatan legalitas usaha berupa nomor induk berusaha (NIB) dengan NIB 030823005500, dan pada tahun 2023 tim PKM melakukan pendampingan sertifikasi halal melalui jalur *self declare* hingga berhasil mendapat legalitas sertifikasi halal dengan no ID 35110008891430823. Namun mitra UMKM Krecek Krupuk “ Bu Nor” masih memiliki berbagai keterbatasan dalam perkembangannya.

Adapun permasalahan mitra antara lain: Pertama, aspek Tata kelola dan Kelembagaan (Manajemen): Mitra Krecek Krupuk “Bu Nor” saat ini belum memiliki manajemen usaha yang jelas seperti tidak adanya jam kerja yang teratur, tidak memiliki laporan keuangan usaha, tidak memiliki standar operasional prosedur dalam usahanya, tidak memiliki program/ target penjualan, sehingga hal ini mengakibatkan usaha tidak mampu berkembang lebih baik dari tahun ke tahun melainkan hanya berjalan semampunya saja.

Kedua, Peningkatan Mutu dan Kapasitas Produksi: Rendahnya kuantitas produksi kerupuk. hal ini dikarenakan proses produksi yang manual (tanpa alat modern) mulai dari perebusan, pemotongan adonan kerupuk menggunakan pisau untuk penipisan adonan hingga penjemuran menggunakan sinar matahari langsung dan mengandalkan

cuaca panas sehingga mengakibatkan rendahnya kuantitas produksi yang mana dalam 2 hari hanya dapat memproduksi 2 hingga 3 kilo krecek krupuk saja, selain itu cuaca yang tidak menentu menyebabkan proses pengeringan krecek membutuhkan waktu yang lama sekitar 2 hari pengeringan dengan cuaca panas matahari.



Gambar 1. Bahan Krecek Krupuk Setengah Jadi



Gambar 2. Adonan Krupuk yang ditipiskan



Gambar 3. Proses Pengeringan Krupuk menjadi Krecek



Gambar 4. Krecek Krupuk yang Dikemas Sederhana

Ketiga, Pengembangan Bisnis dan Pemasaran: produk Krecek Krupuk “Bu Nor” masih sangat sederhana dalam hal packing, produk hanya dikemas dengan plastik bening tipis dan ditali manual di ujungnya, tentu hal ini tidak dapat menarik untuk dijual ke pasar yang lebih luas, selain itu juga belum memiliki branding yang ditempelkan di produk ketika dijual, tentu hal ini mengakibatkan produk tidak dapat menarik minat konsumen, serta tidak mudah dikenal dan diingat oleh konsumen baru, juga tidak memiliki daya tarik penjualan.

Berdasarkan data di lapangan, selama 4 tahun terakhir produksi Krecek Krupuk “Bu Nor” hanya mengalami sedikit peningkatan jumlah produksi, hal ini dikarenakan proses manual dalam perajangan adonan menjadi krupuk yang tipis sebelum akhirnya dijemur dibawah sinar matahari. Adapun data penjualan sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Produksi sebelum Pendampingan (kg)

Tahun	Jan-Mar	Apr-Jun	Jul-Sept	Okt-Des
2021	90	90	90	90
2022	135	135	180	180
2023	225	225	225	225
2024	270	270	270	270

Tabel 2 menunjukkan produktifitas Krecek krupuk “Bu Nor” dalam periode 4

tahun terakhir, yang mana dihitung setiap periode 3 bulan sekali, dapat disimpulkan bahwa dari tahun ke tahun peningkatan produktivitas dapat dikatakan melambat atau hanya terjadi sedikit peningkatan, misalnya dari tahun 2023 produksi perbulan hanya 75 kg artinya perhari hanya sekitar 2-3 kg saja yang mampu diproduksi, sedangkan pada tahun 2024 perbulan hanya mampu memproduksi 90 kg atau 3 kg perhari, padahal permintaan pasar terhadap produk krecek krupuk “Bu Nor” sangatlah tinggi. Hal ini menyebabkan UMKM Bu Nor harus menunda pesanan yang masuk untuk antri diproduksi dalam tempo yang dijanjikan. Dengan adanya hal tersebut maka agenda pengabdian masyarakat ini penting untuk dilakukan.

Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan pengabdian diawali dengan observasi pada kondisi mitra PKM untuk mengetahui masalah yang dihadapinya, yaitu masalah dari sisi manajemen, mutu dan kapasitas produksi serta pemasaran. Kegiatan PKM ini dilaksanakan selama 2 bulan sejak bulan November 2024 hingga Desember 2024 dengan melibatkan 12 dosen Universitas Darussalam Gontor dan 5 Mahasiswa.

Adapun tahap-tahap yang dilakukan berikutnya adalah sebagai berikut: Tahap pertama adalah Sosialisasi. Tahap ini dilakukan dengan memberikan penjelasan pada UMKM Krecek Krupuk “Bu Nor” tentang tujuan program pengabdian, bentuk kegiatan dan output kegiatan yang akan dilaksanakan.

Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan awal adalah pemberian pelatihan sesuai dengan ketiga masalah yang dihadapi Mitra yaitu tentang masalah Aspek Tata kelola dan Kelembagaan (Manajemen) sehingga pelatihan yang diberikan antara lain: a) Pendampingan dan pelatihan dalam pembuatan SOP usaha; b) Pelatihan

penentuan HPP produk; c) Pelatihan dalam memahami prinsip kesehatan dan keselamatan kerja; d) Pelatihan manajemen operasional dan SDM.

Tahap ketiga adalah pelatihan tentang Peningkatan mutu dan Kapasitas. Pada tahap ini mitra Krecek Krupuk “Bu Nor” mendapatkan bantuan alat teknologi tepat guna berupa mesin perajang krupuk, sehingga dengan alat ini dapat meningkatkan kuantitas produksi. Pada tahap ini pelatihan yang diberikan antara lain: a) *Upgrading* /pembaharuan alat produksi dan pelatihan penggunaan alat berteknologi modern; b) Pelatihan keamanan pangan dan kandungan gizi produk; c) Pelatihan penyusunan strategi peningkatan kuantitas dan kualitas produk; d) Pelatihan packing dan branding produk; e) Pelatihan berbagai strategi pemasaran; f) Pelatihan pemilihan bahan baku halal (*standart halal value chain*).

Tahap keempat adalah pelatihan tentang Pengembangan bisnis dan Pemasaran. Pada tahap ini pelatihan yang diberikan antara lain: a) Pelatihan penggunaan akun *shopee* untuk pemasaran produk; dan b) Pelatihan pemasaran menggunakan akun media sosial (*instagram, facebook*).

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan PKM dengan mitra Krecek Krupuk “Bu Nor” ini dilakukan melalui beberapa tahap antara lain yaitu: Pada tahap pertama yaitu tahap sosialisasi bersama Mitra Krecek Krupuk “Bu Nor” serta Ketua dan Anggota Pengabdian yang dilaksanakan. Pada Kegiatan ini berisi penjelasan tentang program yang akan dilaksanakan selama pengabdian berlangsung serta kesepakatan komitmen mitra dalam mengikuti rangkaian kegiatan PKM tersebut. Memasuki agenda pelatihan pertama tentang Aspek Tata kelola dan Kelembagaan (Manajemen) adalah Pendampingan dan pelatihan dalam

pembuatan SOP usaha, Pelatihan penentuan HPP produk, Pelatihan dalam memahami prinsip kesehatan dan keselamatan kerja dan Pelatihan manajemen operasional dan SDM. Manajemen sangat penting dalam menjalankan suatu usaha agar terorganisasi dan dapat fokus pada tujuan didirikannya usaha tersebut (Ludbiyanto & Pratiwi, 2023). Sementara itu manfaat dari pelatihan pengemasan dan *branding* adalah produk mitra memiliki nilai jual dan dapat membangun kepercayaan konsumen saat membelinya (Ranuharja et al., 2023).

Pada tahap ini, mitra Krecek Krupuk “Bu Nor” diberikan wawasan tentang membuat standar pelaksanaan kerja di lokasi produksi sehingga mitra dapat menjalankan usaha dengan standar yang baik demi kualitas produksinya. Selain itu, mitra diberikan pelatihan penghitungan harga pokok produksi untuk dapat menentukan jumlah biaya yang dibutuhkan ketika produksi dan harga jual yang ditetapkan untuk konsumen. Pada pelatihan selanjutnya, mitra diberikan pelatihan tentang kesehatan dan keselamatan dalam produksi sehingga mitra tidak terjadi cedera, sakit, maupun kecelakaan saat proses produksi. Kesehatan dan Keselamatan Kerja merupakan hal penting yang harus selalu diperhatikan oleh para pekerja, agar pekerjaan dapat diselesaikan secara efektif dan tidak terjadi kecelakaan kerja (Aisyah et al., 2023). Terakhir mitra diberikan pelatihan untuk dapat melakukan manajemen operasional dan menjadwalkan pekerja dengan maksimal sesuai dengan jam kerja dan kompetensinya. Pelatihan SOP sangat penting bagi dunia usaha agar efisiensi dalam bekerja dapat tercapai dengan baik dan optimal sehingga pekerjaan dapat selesai tepat waktu (Gazalin et al., 2021).

Pada agenda pelatihan kedua adalah tentang Peningkatan mutu dan Kapasitas antara lain Upgading alat produksi dan pelatihan penggunaan alat berteknologi

modern. Pelatihan keamanan pangan dan kandungan gizi produk, Pelatihan penyusunan strategi peningkatan kuantitas dan kualitas produk, Pelatihan packing dan branding produk, Pelatihan berbagai strategi pemasaran, Pelatihan pemilihan bahan baku halal (standard halal value chain). Pada tahap ini mitra dapat meningkatkan produksinya dari yang semula 4kg selama 2 hari, setelah menggunakan mesin berteknologi modern sehingga saat ini mitra Krecek Krupuk “Bu Nor” dapat memproduksi 5 kg perhari, dari pelatihan ini secara kuantitas produksi sudah terbukti meningkat dari sebelum adanya program pengabdian ini. Selain itu mitra juga dilatih untuk berkomitmen mengutamakan kandungan gizi dengan menggunakan bahan-bahan yang telah bersertifikasi halal seperti tepung, tapioka, garam dan bahan hasil alam seperti bawang, ketumbar, ebi, sehingga hasil dari produk krecek terjamin aman dan bergizi. Pengetahuan mengenai kandungan gizi pada pangan ini penting untuk diberikan guna membangun komitmen mitra dalam mengutamakan kualitas gizi, kehalalan dan juga kesehatan pada produk pangan olahan (Huda et al., 2023).



Gambar 5. Pelatihan HPP Produk



Gambar 6. Pelatihan SOP



Gambar 7. Penyerahan Alat



Gambar 8. Pelatihan Keamanan dan Kandungan Gizi



Gambar 9. Hasil Pelatihan Packing



Gambar 10. Hasil Branding Produk Mitra

Setelah mendapatkan pendampingan dalam alat produksi dalam rangka meningkatkan produktifitas Krecek Krupuk “Bu Nor” maka diperoleh peningkatan sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah Produksi setelah Pendampingan

Produksi	November 2024			
	M1	M2	M3	M4
Kg	28	56	56	70
Peningkatan (%)	30	130	130	300

M=Minggu

Pada agenda pelatihan kedua adalah tentang Pengembangan bisnis dan Pemasaran yaitu Mitra kan diberikna pelatihan penggunaan akun shopee untuk pemasaran produk, Pelatihan pemasaran dengan akun media sosial (*instagram, facebook*). Jika sebelumnya area pemasaran mitra hanya dalam 1 kecamatan saja yaitu kecamatan Mlarak, maka untuk dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dibutuhkan media sosial atau *e-commerce*. Pada tahap ini, mitra dilatih untuk membuat akun shopee dan instagram sebagai langkah awal untuk dapat mempromosikan di *market place* dan media sosial. Harapannya dengan media ini, banyak konsumen baru yang menjadi target pasar dari krecek krupuk “Bu Nor” sehingga kuantitas penjualan dapat meningkat. *E-commerce* saat ini menjadi media yang paling efektif menjangkau konsumen secara luas dengan mudah dan cepat, sehingga dengan *e-commerce* diharapkan kuantitas penjualan produk dapat meningkat dengan mudah. *E-commerce* saat ini menjadi media yang paling efektif untuk menjangkau konsumen secara luas, mudah dan cepat, sehingga dengan *e-commerce* diharapkan kuantitas penjualan produk dapat ditingkatkan dengan mudah (Widyono et al., 2023).



Gambar 11. Dokumentasi Pelatihan Strategi Pemasaran



Gambar 12. Dokumentasi Pelatihan Pemasaran melalui Media Sosial

Penutup

Simpulan

Kegiatan pelatihan ini dilakukan bekerjasama dengan Krecek Krupuk “Bu Nor” di desa Gandu, Kecamatan Mlarak kabupaten Ponorogo. Dapat disimpulkan bahwa setelah adanya pelatihan ini terjadi peningkatan produktivitas produk krecek krupuk pada mitra serta peningkatan pengetahuan pada mitra dari hasil pelatihan dan pendampingan oleh Tim pengabdian Unida Gontor.

Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat seperti ini perlu diperluas jangkauannya agar kebermanfaatannya dapat dirasakan lebih luas guna pengembangan UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kedai Reka, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dan Universitas Darussalam Gontor atas dukungannya dalam bentuk materi dan non materi sehingga dapat terlaksananya program pengabdian masyarakat ini, dan semoga dapat menambah perkembangan serta kemajuan bagi mitra Krecek Krupuk “Bu Nor” di Desa Gandu Mlarak kabupaten Ponorogo dan semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan keberkahan untuk semua pihak.

Daftar Pustaka

- Aisyah, I. S., Ma'arif, M. S., Daryono, D., & Budiono, B. (2023). Assistance in the implementation of occupational safety and health towards halal certification for small and medium enterprise. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 400-407.
- Dedy Sasongko. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Gazalin, J., Asiri, L., Sujana, I. W., Ode, L., Saputra, I., & Reni, A. (2021). Pelatihan Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Administrasi Pemerintahan Desa di Desa Sandang Pangan Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan. *Journal Of Training And Community Service Adpertisi*, 1(2), e-ISSN : 2775-9342.
- Huda, N., Woferst, R., Erwin, E., & Febriyanti, E. (2023). Training on preparation of balanced nutrition and healthy food creativity to increase nutrition intake of school children during the Covid-19 pandemic. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 255–263. <https://doi.org/10.22219/jcse.v4i2.26287>
- Kadin Indonesia. (2024). *UMKM Indonesia*. KADIN INDONESIA Indonesian Chamber of Commerce and Industry. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kurniawan, D. A., Zarkasyi, M. R., & Setyanta, B. (2023). *Economic Recovery Strategy for the SMEs Post Covid-19 Pandemic in Ponorogo : The Role of the Penta Helix Model*. 75–86.
- Ludbiyanto, O. X., & Pratiwi, T. K. (2023). Pentingnya Manajemen Pemasaran bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2(3), 30–36.
- Ranuharja, F., Indrayeni, W., Samala, A. D., Hasim, A., & Larashati, C. (2023). Improving marketing skills through logo design training for the local business community. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(1), 78–83. <https://doi.org/10.22219/jcse.v4i1.24059>
- Widyo, N. A., Natasya, I. A., & Prasetyo, S. I. (2023). MSMEs go digital: Marketing assistance for batik tulis products through e-commerce. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 242–248. <https://doi.org/10.22219/jcse.v4i2.26261>