

Peningkatan Nilai Ekonomi Produk Makanan Ringan dan Cemilan melalui Pendampingan UMKM oleh Mahasiswi KKM 71 Ciputri

Hesti Agustina¹, Putri Mutiah Agustina², Ayu Kristania Lubis³, Selfi Yuningsih⁴, Deva Oktavianti⁵

^{1,2,3} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

^{4,5} Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Email hestiagustina90@gmail.com¹, putriagustinaa729@gmail.com², ayukristanialubis@gmail.com³, selfiyuningsih25@gmail.com⁴, devaoktavianti23@gmail.com⁵

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 14-08-2026

Disetujui 19-08-2026

Diterbitkan 21-08-2026

Katakunci:

*Indusrti Rumahan,
Keripik, Makanan Ringan,
IKM, Peye*

ABSTRAK

Perekonomian masyarakat di Indonesia saat ini masih belum berada di tahap kestabilan, dikarenakan masih banyak nya pelaku usaha industry rumahan yang bermodalkan seadanya dan memilih mengembangkan usaha industry rumahan secara turun temurun. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim KKM 71 Desa Ciputri melakukan kegiatan di usaha kecil menengah pada produk olahan cemilan dan makanan ringan. Salah satu kegiatan masyarakat di Desa Ciputri, Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Dalam kegiatan produksi cemilan dan makanan ringan ini didapati kesulitan dalam pemasaran dikarenakan belum adanya aplikasi digital sebagai e commerce. Maka dari itu diperlukan adanya sosialisasi dan inovasi dalam pemasaran produk cemilan dan makanan ringan ini agar masyarakat lebih familiar dengan produk olahan dari Industri rumahan pelaku UMKM Desa Ciputri. Tujuan dari PKM ini adalah melakukan pendampingan usaha industry rumahan agar dapat mengembangkan usaha dan lebih inovatif lagi dalam inovasi usaha. Metode yang dilakukan dalam kegiatan PKM ini adalah dengan melakukan pendampingan, peningkatan kuantitas produksi, memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk industry rumahan pada warga sekitar, serta pengenalan pemasaran secara online melalui aplikasi atau website. Hasil akhir yang diharapkan dalam kegiatan PKM ini adalah meningkatnya hasil penjualan makanan ringan dan cemilan serta masyarakat lebih mengenal tentang produk industry rumahan yang dihasilkan pelaku UMKM sehingga dapat terciptanya pemasaran IKM baru yang lebih inovatif dan dapat dikembangkan ke tahap yang berkelanjutan.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Agustina, H., Agustina, P. M. ., Kristania Lubis, A., Yuningsih, S. ., & Oktavianti, D. . (2026). Peningkatan Nilai Ekonomi Produk Makanan Ringan dan Cemilan melalui Pendampingan UMKM oleh Mahasiswi KKM 71 Ciputri. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(4), 2752-2765. <https://doi.org/10.63822/afnx5e70>

PENDAHULUAN

Perekonomian masyarakat di Indonesia saat ini masih belum rata atau pun sejajar antara masyarakat di Ibukota dan masyarakat yang berada di Desa (Agus et al., n.d.). Pelaku usaha kecil menengah seringkali menemui hambatan dalam melakukan usaha industri rumahan dikarenakan kurangnya modal serta pengetahuan dalam mengembangkan produk olahan industri rumahan mereka (Taufik et al., 2026a). IKM makanan ringan dan cemilan yang berada di Desa Ciputri, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten memiliki potensi yang bagus dalam kegiatan pengolahan industri rumahan yang dikelola oleh pelaku UMKM desa setempat. Tercukupinya bahan baku yang ada serta banyaknya pasokan bahan mentah yang dapat dijadikan varian produk olahan membuat masyarakat di Desa Ciputri membuat berbagai macam produk olahan dari pisang dan juga olahan tepung terigu itu sendiri. Industri rumahan makanan ringan berupa peyek, keripik dan cemilan lainnya merupakan UMKM yang dikelola oleh salah satu warga di Desa Ciputri yaitu Ibu Eneng Rusmiati yang berada di Desa Ciputri, Kecamatan Kaduhejo, Provinsi Banten, dimana industri rumahan ini memproduksi berbagai macam produk makanan ringan yaitu peye dan keripik siap saji yang berasal dari olahan tepung serta pisang dan Ubi (Rina Nugraheni et al., n.d.).

Permasalahan yang dihadapi oleh IKM olahan peye dan keripik ini adalah kurangnya minat pelanggan akan produksi olahan industri rumahan dikarenakan, dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui lokasi warung tempat penjualan makanan ringan ini (Adi Dharma et al., n.d.-a). Kurangnya antusias masyarakat terhadap produk olahan ini dikarenakan kurangnya sosialisasi dan promosi di jejaring sosial ataupun media internet mengenai industri rumahan olahan keripik dan peyek IKM Desa Ciputri.



Gambar 1. Bahan Dasar Pembuatan Keripik Pisang

Pelaksanaan program Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa diarahkan pada kegiatan sosialisasi dan pendampingan usaha masyarakat, khususnya dalam pengembangan produk olahan pangan berbahan dasar pisang, ubi, dan tepung. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai potensi pengolahan bahan pangan lokal menjadi produk makanan ringan yang memiliki nilai jual. Selain memberikan sosialisasi, mahasiswa KKM Kelompok 71 juga melakukan pendampingan kepada pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) dalam proses produksi makanan

ringan sebagai usaha rumahan. Produk yang dikembangkan antara lain peyek dan berbagai jenis keripik (Sofyan Hakim et al., 2026a). Pendampingan tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga pada aspek pemasaran produk (Dewi et al., n.d.-a).

Sebagai upaya memperluas jangkauan pasar, mahasiswa memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan media digital dan platform pemasaran daring (Adi Dharma et al., n.d.-b). Melalui kegiatan tersebut, pelaku IKM diharapkan mampu mempromosikan produknya secara lebih luas, meningkatkan daya tarik produk, serta membuka peluang peningkatan penjualan dan pengembangan usaha secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, pemasaran produk makanan ringan yang dihasilkan oleh pelaku industri rumahan di Desa Ciputri masih dilakukan secara terbatas. Menurut pemilik usaha, Ibu Eneng Rusmiati, produk seperti peyek dan kembang goyang umumnya diproduksi berdasarkan pesanan dan dipasarkan melalui toko milik sendiri. Sementara itu, produksi keripik berbahan dasar pisang dan ubi masih bergantung pada ketersediaan bahan baku di pasar. Kondisi tersebut menyebabkan kapasitas produksi dan jangkauan pemasaran produk belum dapat berkembang secara optimal (Dewi et al., 2025a). Menanggapi permasalahan tersebut, mahasiswa KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 melakukan pendampingan kepada pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) melalui kegiatan sosialisasi, promosi, dan penguatan pemasaran produk. Pendampingan dilakukan dengan memperkenalkan produk makanan ringan kepada masyarakat secara lebih luas serta mendorong peningkatan minat konsumen terhadap produk lokal Desa Ciputri.

Upaya ini diharapkan dapat membantu membangun loyalitas konsumen sekaligus meningkatkan peluang penjualan produk secara berkelanjutan (Dewi et al., n.d.-b). Selain pemasaran secara langsung, mahasiswa KKM juga memberikan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi (Dedy Khaerudin et al., 2024a). Produk diperkenalkan melalui media sosial serta platform *e-commerce* agar informasi mengenai produk dapat menjangkau konsumen di luar lingkungan desa (Winarno et al., n.d.). Pemanfaatan pemasaran digital tersebut diharapkan mampu memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing produk, serta mendukung perkembangan usaha makanan ringan sebagai salah satu potensi ekonomi masyarakat Desa Ciputri.

METODA PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 adalah penyuluhan dan Focus Group Discussion (FGD). Kegiatan penyuluhan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan diskusi langsung dengan pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) yang bergerak pada usaha rumahan pengolahan makanan ringan, seperti peyek, keripik, dan produk sejenis. Selanjutnya, kegiatan FGD dilaksanakan dengan melibatkan Dosen Pembimbing Lapangan, mahasiswa KKM, dan pelaku usaha. Diskusi difokuskan pada identifikasi kendala yang dihadapi dalam proses produksi dan pemasaran, khususnya keterbatasan jangkauan pemasaran produk. Melalui FGD, pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce* sebagai sarana promosi dan penjualan secara daring.

Pengamatan dan dokumentasi juga dilakukan selama kegiatan untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi usaha. Seluruh informasi yang diperoleh kemudian digunakan sebagai dasar dalam merumuskan alternatif solusi bersama agar permasalahan pemasaran yang dihadapi pelaku

IKM dapat ditangani secara lebih tepat. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan menentukan solusi meliputi: (1) Observasi awal, (2) Wawancara dengan pelaku usaha, (3) Identifikasi permasalahan, (4) Pelaksanaan penyuluhan dan FGD, (5) Pendampingan pemasaran digital, serta (6) Evaluasi kegiatan.

1. Tahapan Pertama (Observasi awal kegiatan)

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui kunjungan dan pertemuan langsung dengan mitra pelaku Industri Kecil Menengah (IKM), yaitu Ibu Eneng Rusmiati, sebagai pemilik usaha makanan ringan rumahan. Tim KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 melakukan observasi dan diskusi untuk mengidentifikasi secara rinci berbagai permasalahan yang dihadapi dalam proses produksi dan pemasaran produk. Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan, tim KKM selanjutnya merumuskan langkah tindak lanjut serta strategi pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Upaya yang dilakukan meliputi sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk makanan ringan lokal, khususnya peyek dan keripik, serta pendampingan dalam pengembangan strategi pemasaran agar produk dapat dikenal oleh konsumen yang lebih luas. Tahap persiapan ini menjadi landasan dalam menentukan bentuk kegiatan dan solusi yang relevan terhadap kendala yang dihadapi pelaku usaha, sehingga program pendampingan dapat dilaksanakan secara lebih terarah dan sesuai dengan kondisi di lapangan.



Gambar 2. Tim KKM kelompok 71 dan DPL Bersama Ibu Eneng Rusmiati pembuat aneka makanan ringan

2. Tahap Kedua (Pengembangan Produk Anekan Makanan Ringan)

Dalam tahap kedua tim KKM kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 dan pelaku IKM industry rumahan melakukan diskusi pada pengembangan olahan produk serta pemasaran yang akan dilakukan oleh tim KKM kelompok 71 melalui *online*, *E-Commerce*, ataupun Media Sosial, sehingga target pasar dapat tercapai maksimal serta pesanan pun akan melonjak lebih tinggi lagi.

3. Tahap Ketiga (Pendampingan Pada Mitra UKM)

Pada tahap pendampingan, tim KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 melakukan sosialisasi dan pendampingan pemasaran digital kepada mitra pelaku Industri Kecil Menengah (IKM). Kegiatan ini difokuskan pada pemanfaatan media sosial dan internet sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran produk makanan ringan. Pendampingan dilakukan karena pemasaran produk sebelumnya masih terbatas pada pesanan konsumen dan penjualan melalui toko milik pribadi.

Keterbatasan promosi menyebabkan produk belum dikenal secara luas dan kapasitas pemasaran masih relatif rendah. Oleh karena itu, pemanfaatan pemasaran digital diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan konsumen, serta membuka peluang peningkatan penjualan secara berkelanjutan.

4. Tahap Keempat (Evaluasi Kegiatan)

Pada tahap evaluasi, tim KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 melakukan penilaian terhadap seluruh rangkaian kegiatan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara singkat kepada warga setempat guna mengetahui sejauh mana masyarakat telah mengenal produk makanan ringan lokal, seperti peyek, keripik, dan kembang goyang. Indikator keberhasilan kegiatan dilihat dari tingkat pengetahuan, respons, dan antusiasme masyarakat terhadap produk olahan makanan ringan yang diperkenalkan selama kegiatan. Respons positif dari warga menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pendampingan telah membantu meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap produk IKM lokal di Desa Ciputri.

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN PENGABDIAN

Dalam kegiatan pelaksanaan Kuliah Kerja Mahasiswa ini tim kelompok 71 Universitas Bina Bangsa yang dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2024 – 22 Agustus 2026 di Desa Ciputri, Kecamatan Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Berdasarkan program-program yang telah dilaksanakan oleh tim KKM kelompok 71, didapati bahwa capaian program yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Pendampingan pemilihan bahan baku Keripik Pisang

Program pendampingan KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 dilakukan melalui beberapa kali kunjungan kepada pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) makanan ringan di Desa Ciputri. Pada tahap awal, tim mengikuti proses pemilihan bahan baku, terutama pisang dan ubi, yang penggunaannya disesuaikan dengan ketersediaan bahan di pasar. Tim juga terlibat dalam proses penyortiran pisang karena tidak semua jenis pisang memiliki karakteristik yang sesuai untuk diolah menjadi keripik. Hasil observasi menunjukkan bahwa produksi keripik, peyek, dan kembang goyang belum dilakukan secara rutin dalam jumlah besar. Produksi masih bergantung pada pesanan konsumen, baik dari masyarakat sekitar maupun pelanggan yang melakukan pemesanan secara daring melalui komunikasi langsung dengan pemilik usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemasaran dan pengenalan produk masih terbatas sehingga potensi produksi belum dapat dikembangkan secara optimal. Melalui kegiatan pendampingan, tim KKM berupaya membantu memperkenalkan produk makanan ringan kepada masyarakat secara lebih luas serta mendorong pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap produk IKM Desa Ciputri, memperluas jangkauan konsumen, meningkatkan jumlah pesanan, serta mendukung keberlanjutan usaha makanan ringan yang dikelola oleh pelaku industri rumahan setempat.



Gambar 3. Tim KKM Kelompok 71 Melakukan pendampingan pemilihan bahan baku keripik pisang

2. Pendampingan tentang Pengolahan Makanan Ringan

Pada kegiatan sosialisasi bersama masyarakat, tim KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 memberikan informasi mengenai berbagai produk makanan ringan yang dihasilkan oleh pelaku IKM di Desa Ciputri. Produk yang diperkenalkan meliputi keripik, peyek, dan kembang goyang yang dapat dikonsumsi sebagai camilan sehari-hari maupun sebagai pelengkap makanan utama. Cita rasa yang gurih dan tekstur yang renyah menjadikan produk tersebut dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Dalam proses produksi, khususnya pada pembuatan peyek, bahan utama yang digunakan adalah tepung beras karena mampu menghasilkan tekstur yang lebih renyah dan relatif tahan lama. Peyek diproduksi dengan berbagai variasi bahan tambahan, seperti kacang tanah, kedelai, dan kacang hijau, sehingga memiliki pilihan rasa yang beragam. Penggunaan tepung beras juga membantu menghasilkan karakteristik produk yang lebih kering dan tidak mudah menyerap minyak dibandingkan penggunaan tepung terigu. Kegiatan sosialisasi ini tidak hanya bertujuan memperkenalkan jenis dan karakteristik produk, tetapi juga mendorong masyarakat untuk lebih mengenal dan membeli produk makanan ringan yang dihasilkan oleh pelaku IKM lokal. Dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat terhadap produk tersebut, diharapkan terbentuk dukungan terhadap usaha lokal serta terbuka peluang peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha makanan ringan di Desa Ciputri.



Gambar 4. Bahan baku utama Pembuatan Makanan Ringan

Dalam pembuatan peye dan keripik pisang ini dilakukan beberapa tahapan agar hasil yang dioleh maksimal dengan rasa yang gurih dan juga renyah. Tahapan pembuatan peye dan juga keripik pisang adalah sebagai berikut :

1. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan makanan ringan (peye dan keripik pisang) adalah sebagai berikut:
 - ❖ Pisang Raja Tanduk
 - ❖ Kapur sirih
 - ❖ Tepung beras
 - ❖ Telor
 - ❖ Air secukupnya
 - ❖ Margarin cair
 - ❖ Bumbu halus untuk peye (bawang putih, ketumbar, kencur, garam dan penyedap rasa).
 - ❖ Daun jeruk
 - ❖ Kacang tanah, kedelai, kacang hijau (untuk peye)
 - ❖ Santan kara secukupnya sesuai dengan takaran, untuk gorengan peye dan kembang goyang.
2. Proses Penggorengan Makanan Ringan (peye dan keripik pisang)
 - a. Sebelum digunakan kupas dan cuci terlebih dahulu pisang raja tanduk dan pilih yang masih muda serta segar tidak ada lubang atau terlalu matang, lalu tiriskan.
 - b. Panaskan minyak pada penggorengan dengan api panas dengan diatur Tingkat kepanasan nya agar hasil peye dan juga keripik tidak gosong dan gorengan peye dan keripik akan matang merata serta renyah,

- c. Kemudian masukan irisan pisang raja tanduk yang telah dicuci kedalam minyak yang telah panas secara perlahan agar minyak tidak meluap keluar.
- d. Setelah itu masukan kedalam wajan yang telah panas minyaknya, kemudian digoreng sampai warna kecoklatan dan dianggap sudah matang dan tidak gosong.
- e. Lalu setelah matang dan berubah warna kemudian angkat dan tiriskan.



Gambar 5. Proses Penggorengan Makanan Ringan Peye



Gambar 6. Proses Penggorengan Makanan Ringan Keripik Pisang

2. Pendampingan dalam pengemasan makanan ringan yaitu peye dan keripik pisang
Tim KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 turut memberikan pendampingan dalam proses pengemasan produk makanan ringan menggunakan kemasan plastik kedap udara. Pengemasan tersebut bertujuan untuk menjaga kualitas produk, terutama agar peyek tetap renyah, tidak mudah melempem, serta memiliki daya simpan yang lebih baik. Selain pendampingan pengemasan, tim KKM juga memberikan sosialisasi mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Pelaku IKM didorong untuk tidak hanya mengandalkan pemesanan melalui pesan singkat atau telepon, tetapi juga memanfaatkan aplikasi, media sosial, dan situs penjualan daring untuk memperluas jangkauan konsumen. Melalui langkah ini, produk makanan ringan lokal diharapkan dapat dikenal oleh pasar yang lebih luas dan memiliki peluang penjualan yang lebih besar.



Gambar 7. Hasil akhir dari Makanan Ringan yang telah dikemas

3. Pemasaran dengan menggunakan E-Commerce dan Pemasangan Spanduk
Produk makanan ringan berupa peyek, keripik, dan kembang goyang yang dihasilkan oleh pelaku IKM di Desa Ciputri masih memiliki jangkauan pemasaran yang terbatas. Produk tersebut belum dikenal secara luas, baik oleh masyarakat setempat maupun masyarakat di desa sekitar, karena minimnya kegiatan promosi dan pemasaran, baik secara daring maupun luring. Selama ini, proses penjualan lebih banyak dilakukan berdasarkan pesanan melalui pesan singkat, telepon, serta rekomendasi dari mulut ke mulut. Menanggapi kondisi tersebut, tim KKM Kelompok 71

Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 memberikan pendampingan kepada pelaku IKM dalam pengembangan pemasaran digital. Pendampingan diarahkan pada pemanfaatan berbagai platform *marketplace* dan media sosial, seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, WhatsApp, Instagram, Facebook, serta layanan pemesanan makanan daring sebagai alternatif untuk memperluas jangkauan konsumen. Dalam proses pendampingan, pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai tahapan dasar pengelolaan toko daring, mulai dari pembuatan dan pengelolaan akun, mengunggah foto dan informasi produk, memeriksa pesanan masuk, melakukan komunikasi dengan konsumen, hingga memantau proses pengiriman dan penerimaan produk. Melalui pendampingan pemasaran digital ini, diharapkan pelaku IKM dapat meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi, memperluas pasar, serta menciptakan peluang peningkatan penjualan produk makanan ringan secara berkelanjutan.



Gambar 8. Penyerahan Spanduk dan Label Kemasan Produk Makanan Ringan

Hasil Yang Dicapai

Berdasarkan hasil diskusi bersama pelaku industri rumahan, tim KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 dan Dosen Pembimbing Lapangan menyepakati bahwa program pendampingan diarahkan pada upaya meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pemasaran produk, baik secara *offline* maupun *online*. Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan mitra dan rencana program yang telah disusun sebelumnya. Sebagai tindak lanjut, program pengabdian akan diarahkan pada pendampingan manajemen usaha, khususnya pencatatan administrasi dan pembukuan keuangan sederhana. Pendampingan tersebut bertujuan agar pelaku IKM mampu mencatat pemasukan, pengeluaran, serta hasil penjualan secara lebih tertib sehingga pengelolaan keuangan usaha dapat dilakukan dengan lebih baik. Partisipasi aktif dari pelaku usaha menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan kegiatan. Hal ini terlihat dari keterlibatan mitra selama proses diskusi, pelatihan, dan pendampingan pemasaran. Kegiatan yang telah dilaksanakan memberikan dampak positif berupa peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai pengelolaan usaha serta strategi pemasaran. Hasil tersebut menjadi dasar bagi tim KKM untuk melanjutkan program pendampingan dan evaluasi guna mendukung pengembangan usaha makanan ringan di Desa Ciputri secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, program KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman pelaku IKM mengenai pentingnya inovasi produk, pengemasan, serta pengembangan strategi pemasaran sebagai upaya meningkatkan daya saing produk makanan ringan industri rumahan di Desa Ciputri. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga mencakup pemasaran digital melalui media sosial dan platform *marketplace* untuk memperluas jangkauan konsumen. Kegiatan ini juga memberikan manfaat berupa peningkatan pengetahuan dan pengalaman bagi mitra dalam mengelola serta mengembangkan usaha secara lebih terarah. Melalui proses diskusi, sosialisasi, dan pendampingan, pelaku usaha memperoleh pemahaman mengenai pentingnya promosi, pemanfaatan teknologi digital, pengemasan produk, serta pengelolaan usaha yang lebih baik. Partisipasi aktif mitra selama kegiatan menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan program pengabdian. Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan mampu menjadi langkah awal dalam mendorong pengembangan usaha makanan ringan lokal agar lebih adaptif terhadap perkembangan pasar. Kolaborasi antara mahasiswa KKM, Dosen Pembimbing Lapangan, dan pelaku IKM juga menunjukkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat dapat menjadi sarana untuk menghubungkan pengetahuan akademik dengan kebutuhan nyata pelaku usaha di lapangan.

SARAN

Kegiatan pendampingan serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan, terutama dalam pengembangan inovasi produk berbahan pangan lokal, peningkatan kualitas kemasan, pemasaran digital, serta pembukuan usaha sederhana. Pelaku IKM juga diharapkan dapat terus memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan daya saing produk. Selain itu, pengolahan bahan pangan lokal perlu terus dikembangkan sebagai peluang usaha mandiri yang memiliki nilai ekonomi. Pendampingan lanjutan dari perguruan tinggi, pemerintah desa, maupun pihak terkait sangat diperlukan agar pelaku industri rumahan mampu beradaptasi dengan persaingan pasar yang semakin ketat dan mengembangkan usahanya secara lebih berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim KKM Kelompok 71 Universitas Bina Bangsa Tahun 2026 menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan partisipasi selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Ciputri. Apresiasi khusus disampaikan kepada **Ibu Eneng Rusmiati** selaku mitra pelaku usaha industri rumahan yang telah bersedia bekerja sama dalam kegiatan pendampingan pengembangan produk dan pemasaran makanan ringan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada LPPM Universitas Bina Bangsa atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan program KKM, serta kepada Kepala Desa Ciputri, perangkat desa, warga lingkungan Ciputri, dan seluruh masyarakat Desa Ciputri yang telah memberikan izin, dukungan, serta berpartisipasi aktif sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan dengan baik. Tim berharap kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat bagi pelaku IKM dalam mengembangkan inovasi produk makanan ringan, seperti peyek, keripik, dan kembang goyang, serta memperluas pemasaran produk agar mampu menjangkau

konsumen yang lebih luas. Selain itu, hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi pelaksanaan program pengabdian masyarakat sejenis pada masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Dharma, J., EKONOMI DIKELURAHAN CISARUA Enjang, P., Asarudin, A., & Albarjanji, R. (n.d.-b). *MEMBANGUN STRATEGI MANAGEMENT UMKM GUNA MENINGKATKAN*. 1(2), 69–74.
- Agus, R. N., Sholahudin, U., Raya, U. S., & Artikel, H. (n.d.). *PEMBERDAYAAN EKONOMI IBU RUMAH TANGGA MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN USAHA KERIPIK BERBASIS POTENSI LOKAL DI KAMPUNG KEGANTERAN* Info Artikel ABSTRAK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* |, 3(2), 2025.
- Agustina, P., Kuswanto, A., & Agus Sofyan, M. (n.d.). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM PEMASARAN PRODUK REMPEYEK DI DESA BATTEMBAT*. Retrieved <https://www.jurnal.iaicirebon.ac.id>
- Damara, D., Sumadi, A., & Banten Jaya, U. (n.d.). *PEMANFAATAN SINGKONG SEBAGAI OLAHAN KRIPIK OPAK UPAYA PENINGKATAN UMKM DALAM KESEJAHTERAAN DI DESA KATULISAN KECAMATAN CIKEUSAL*.
- Dedy Khaerudin, Irma Nurmala Dewi, Ganjar Sidik Gandara, Tito Juan, & Aulia Putri. (2024a). Digitalisasi Umkm dalam Inovasi Pemasaran Produk dan Pembayaran Digital pada Pelaku Industri Rumahan di Desa Kronjo Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 3(3). <https://doi.org/10.55123/abdikan.v3i3.4047>
- DEDY, K., IRMA, N. D., GANJAR, S. G., TITO, J., & AULIA, P. (2024). DIGITALISASI UMKM DALAM INOVASI PEMASARAN PRODUK DAN PEMBAYARAN DIGITAL PADA PELAKU INDUSTRI RUMAHAN DI DESA KRONJO KABUPATEN TANGERANG PROVINSI BANTEN. *ABDIKAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BIDANG SAINS DAN TEKNOLOGI Учёным*: Yayasan Literasi Sains Indonesia, 3(3).
- Dewi, I. N., Khaerudin, D., & Romli, O. (n.d.-a). Sustainability of BUMDes MSME Optimisation: Strengthening the Marketing of Bontot Through Packaging, Labelling and Halal Certification in Tanara Village. In *Journal of Digital Community Services* (Vol. 3, Number 2). Retrieved https://id.wikipedia.org/wiki/Tanara,_Serang,
- Dewi, I. N., Romli, O., & Khaerudin, D. (2025). Empowerment strategy for BUMDes-assisted MSMEs through management and technology innovation in Tanara Village. *International Journal of Research in Community Services*, 6(3), 162-168.
- Dewi, I. N., Romli, O., & Khaerudin, D. (2025b). Optimization of BUMDes “Citra Wisata Niaga” empowerment through business management and technology implementation. *Journal of Community Service and Empowerment*, 6(3), 646–654. <https://doi.org/10.22219/jcse.v6i3.41824>
- Dinda Amalia, Erni Yuningsih, & Endang Silaningsih. (2024a). Analisis Persepsi, Sikap dan Preferensi Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Makanan Ringan. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4), 117–131. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i4.2545>

- Indra Setiawan, M., Putra Adhitya Pratama, D., & Gastri Widjatkiko, A. (2025). *Pengembangan Media Akuntansi Digital Berbasis Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada UMKM Kripik Pisang Krinana* (Vol. 13, Number 2).
- Januarty, W., Nainggolan, E., Grace, S., Nainggolan, V., Nizam, A., Kanchawongpaisan, S., Hafiz, M., Rashid, A., Riskyandana, H., Tinggi Ekonomi, S., & Prasetya, E. (2025a). Education on Making Processed Snack Food Products from Local Ingredients to Increase Family Income. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 4(02), 602–616. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v4i02>
- Kristianto, F., Broto, T., & Salsabila, M. (2025b). Pemberdayaan UMKM Berdaya Saing melalui Branding dan Teknologi. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 136–146. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v5i2.10066>
- Kurniawan, D., & Ghofur, M. A. (2025a). Pendampingan Mitigasi Risiko pada UMKM Aneka Jaya Snack di Kabupaten Demak. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 10(1), 72–83. <https://doi.org/10.29407/ja.v10i1.26498>
- Nurliani, N., Amarilis, C., & Rosada, I. (2025a). EVALUASI INOVASI KEMASAN TERHADAP PEMASARAN USAHA KRISPI PEYEK "CRISPYEK". *AGRIBIOS*, 23(02), 438. <https://doi.org/10.36841/agribios.v23i02.7027>
- Purwanto, S., Endah, N., & Wuryandari, R. (2023b). KEBANGKITAN EKONOMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Diskusi Dan Solusi Bersama Radio Republik Indonesia). In *Journal Of Community Service* (Vol. 8, Number 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/COMVICE/article/view/1275>
- Rina Nugraheni, S., Restu Dewati, P., Theresia Kristiati, M. E., & Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, U. (n.d.). *PEMBERDAYAAN UMKM REMPEYEK DUA PUTRA MELALUI INOVASI KEMASAN KREATIF DAN PEMASARAN BERBASIS MEDIA SOSIAL*.
- Rudihartati, L., Ferdiansyah, M., & Rahman, T. (2024a). Inklusi Digital dan Pemberdayaan UMKM Lampung Tengah: Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(1), 64–72. <https://doi.org/10.35870/jpni.v6i1.1119>
- Silaningsih, E., & Utami, D. P. (n.d.). *PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PRODUK OLAHAN MAKANAN RINGAN THE EFFECT OF MARKETING MIX TO CONSUMEN WILLINGNESS TO BUY IN MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES (MSME) SNACKS PRODUCT: Ditelaah*.
- Sofyan Hakim, Dian Ana Mutriqah, Hilmi Satria Himawan, Karina Awalia Zahra, Irdayani Sagita Anindi, Nurlusiana Nurlusiana, & Ade Widya Rahmah. (2026a). Penguatan Profitabilitas UMKM Camilan Tradisional Melalui Inovasi Cita Rasa dan Tata Kelola Usaha Sederhana. *Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 513–525. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v6i1.7905>
- Sukartono Nathadiharja, S., & Tambun, S. (2024b). Pengembangan UMKM Di Desa Pantai Bhakti Muara Gembong, Bekasi Melalui Kreativitas dan Inovasi. *Bulan Desember Tahun*, 4(2), 76–89.
- Sutandi, S. L. (2023). Pengabdian kepada masyarakat melalui Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) di Desa Karangpapak: Upaya meningkatkan keterampilan mahasiswa dan pengembangan UMKM lokal. *Paradigma Mandiri: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 23–39. <https://doi.org/10.37949/pm.v1i1.89>

- Syahri, Z., Kurniawan, H., Vincent, S., Iskandar, M., Mashuri, & Zikri, I. F. M. (2026). Pengembangan Potensi UMKM Melalui Pengelolaan Keuangan di Desa Teluk Papal. *KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 86–92. <https://doi.org/10.46367/khidmah.v2i2.2803>
- Syukur, H. A., Arifin, Z., Susanti, D., Khoiroh, N., Togo, S., & Bondowoso, A. (2023). PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN UMKM ANEKA OLAHAN SINGKONG MASYARAKAT PEDESAAN. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <http://ejournal.stitta.ac.id/index.php/salwatuna>
- Taufik, F., Khaidir, A., Purwasari, M. I., Lionita, Kausar, T. F., & Susilawati. (2026a). Pengembangan Potensi UMKM Melalui Pemasaran Digital di Desa Teluk Papal Kecamatan Bantan. *KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 93–99. <https://doi.org/10.46367/khidmah.v2i2.2804>
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023b). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Wardhani, A. E., Saphira, N. A., Putri, E. F., & Huda, K. K. (n.d.-a). *OPTIMALISASI LABEL DAN KEMASAN MELALUI PENDAMPINGAN PADA USAHA KRIPIK PISANG OZEN DI DUSUN KARANGNONGKO BARAT*. 4.
- Winarno, H., Bob Anthony, M., & Ulfah Azhara, S. (n.d.). *Quality: Journal of Community Service Peran Digital Marketing untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran UMKM Sate Bandeng di Kota Serang*.