



KODE ARTIKEL : PKM-24-2-9-6

# Optimalisasi Produktivitas Kelompok Umkm Sari Rasa Desa Karanggintung, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas Melalui Diversifikasi Produk, Manajemen Pengelolaan Kelompok, Dan Digitalisasi UMKM

Retno Kurniasih, Ekaningtyas Widiastuti, dan Chandra Hadi Prayoga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

\*email korespondensi : [retno.kurniasih@unsoed.ac.id](mailto:retno.kurniasih@unsoed.ac.id)

## ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah mendorong kemajuan teknologi digital dan mengubah perilaku konsumen dari belanja secara *offline* menjadi *online*. Kelompok UMKM Sari Rasa menghadapi tantangan dalam mempertahankan pangsa pasarnya di tengah persaingan bisnis, terutama dalam aspek teknis produksi, pengelolaan kelompok, dan tenaga kerja. Untuk mengatasi tantangan tersebut, tim pengabdian masyarakat melakukan program pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada tiga aspek utama: diversifikasi produk, manajemen kelompok, dan digitalisasi UMKM. Pelatihan diversifikasi produk dilakukan dengan memperkenalkan abon ayam sebagai produk baru serta pemberian label kemasan untuk meningkatkan variasi dan daya saing di pasar. Selain itu, pendampingan manajemen kelompok mencakup pembuatan struktur organisasi, *job analysis*, serta pengelolaan administrasi keuangan berbasis akuntansi digital. Program ini juga melibatkan pelatihan pemasaran digital dan pembuatan konten kreatif untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Dengan strategi diversifikasi produk dan penerapan digitalisasi yang lebih baik, Kelompok UMKM Sari Rasa diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta menjaga keberlanjutan.

**Kata kunci:** kelompok UMKM, pemasaran digital, pengelolaan kelompok, diversifikasi produk

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah mendorong kemajuan teknologi digital menjadi semakin pesat. Hal ini terutama dikarenakan oleh mobilitas masyarakat yang terbatas, sehingga mendorong kreativitas dan inovasi. Salah satu contoh yang paling relevan adalah platform penjualan online yang semakin menjamur dan diminati masyarakat. Terlebih dalam platform penjualan online tersebut banyak menawarkan kemudahan kepada konsumen. Contohnya adalah diskon dan promo gratis ongkos pengiriman yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen (Shoffi'ul et al., 2019).

Selain itu, perilaku konsumen telah berubah dari belanja *offline* ke *online* karena pandemi, yang memaksa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beralih ke bisnis digital agar tetap produktif. Digitalisasi UMKM merupakan kunci pemulihan ekonomi nasional, yang didukung oleh pemerintah melalui berbagai cara seperti pembangunan infrastruktur digital, kebijakan seperti UU Cipta Kerja, dan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI). Begitupula dengan Pemerintah Kabupaten Banyumas yang mendorong digitalisasi UMKM melalui kemudahan perizinan dan perpajakan. Didirikannya Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil Menengah Banyumas (ASPIKMAS) juga memberikan pelatihan dan pendampingan untuk UMKM di Banyumas (RRI, 2022). Namun, beberapa UMKM di wilayah seperti Desa Karanggintung masih belum mendapat perhatian penuh akibat banyaknya jumlah UMKM yang ada.



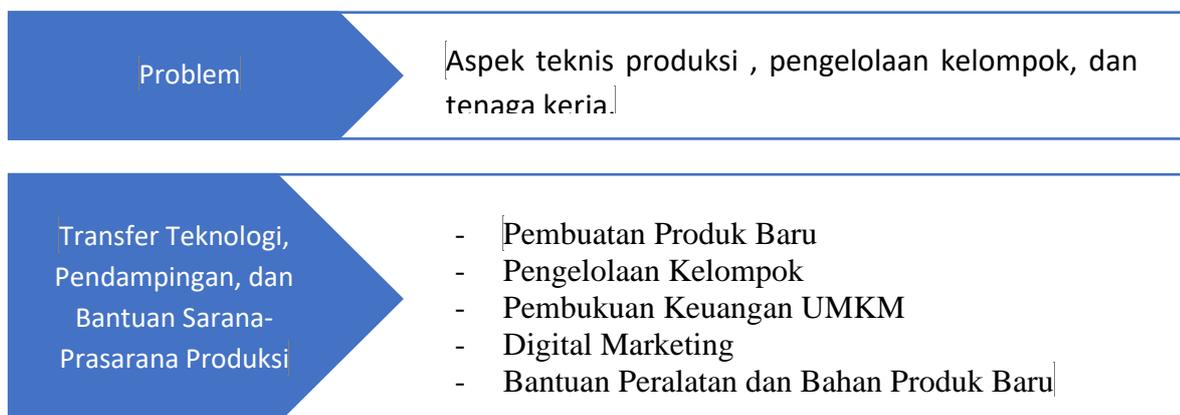
Kelompok UMKM Sari Rasa yang berlokasi di Desa Karanggintung, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas, didirikan secara mandiri pada tahun 2020 dan bergerak di bidang makanan ringan. Meskipun belum pernah mendapatkan pelatihan atau pendampingan, kelompok ini memiliki potensi yang besar karena terbentuk secara mandiri dan atas inisiatif dari para anggotanya yang memiliki semangat untuk maju dan berkembang. Pelaku kelompok UMKM Sari Rasa ini bukan hanya dari kalangan orang tua saja, melainkan anak muda pun memiliki semangat yang tinggi untuk mengembangkan industri makanan di daerahnya. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri karena regenerasi pelaku UMKM di Desa Karanggintung.

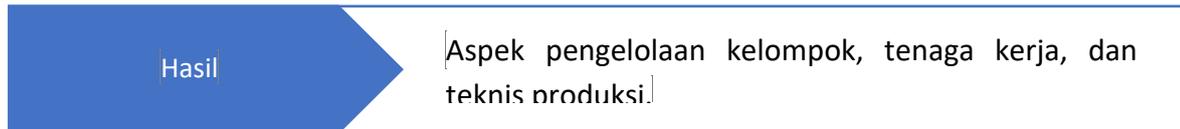
Namun, akhir-akhir ini kelompok UMKM Sari Rasa mengalami vakum aktivitas karena jarang mengadakan pertemuan dan belum memiliki manajemen yang baik, termasuk visi dan misi yang jelas. Kondisi ini juga semakin diperparah oleh kurangnya pendampingan dari pemerintah Kabupaten Banyumas. Selain masalah manajemen, anggota kelompok juga mengalami kendala teknis, seperti masih kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi pemasaran digital, yang seharusnya dapat memperluas jangkauan pasar. Kelompok ini juga belum memiliki kemampuan pembukuan keuangan yang memadai, padahal pembukuan sangat penting untuk memantau aliran kas dan posisi laba usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus Kelompok UMKM Sari Rasa mengenai potensi pelaku usaha Kelompok UMKM Sari Rasa, menunjukkan semangat yang tinggi untuk mengembangkan usaha makanan ringan di Desa Karanggintung. Kelompok ini memiliki potensi besar untuk memajukan perekonomian daerah dengan produk yang bervariasi, dan beberapa mitra telah memiliki PIRT dan Sertifikat Halal. Sumber daya manusia dalam kelompok ini cukup baik, namun mereka sangat membutuhkan pelatihan dan pendampingan dari instansi pemerintah atau universitas untuk mengembangkan usaha makanan ringan ini lebih lanjut.

## MATERI DAN METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Sari Rasa, terutama dalam aspek pengelolaan kelompok, tenaga kerja, dan teknis produksi. Solusi yang ditawarkan meliputi transfer teknologi melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan terkait pengelolaan kelompok, pemasaran digital, serta pencatatan keuangan UMKM. Untuk mengatasi masalah tenaga kerja, dilakukan pelatihan pembuatan berbagai macam makanan ringan guna meningkatkan keterampilan tenaga kerja, sekaligus menambah variasi produk agar konsumen tidak bosan. Selain itu, untuk mengatasi masalah teknis, diberikan bantuan berupa peralatan dan bahan yang diperlukan untuk meningkatkan nilai produk UMKM mitra. Kerangka pemecahan masalah yang diterapkan dalam pengabdian kepada masyarakat ini akan ditunjukkan dalam Gambar 1 berikut ini.





Gambar 1. Kerangka pemecahan masalah

### **Pelatihan Diversifikasi Produk berupa Abon Ayam**

Pelatihan diversifikasi produk bagi Kelompok UMKM Sari Rasa berfokus pada pembuatan abon ayam sebagai produk inovatif. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota UMKM agar dapat mempertahankan kelangsungan usaha dan meningkatkan daya saing mereka. Dalam pelatihan ini, para peserta diajarkan teknik pengolahan ayam menjadi abon berkualitas, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan yang menarik. Diharapkan, dengan adanya pelatihan ini, UMKM Sari Rasa dapat mengembangkan usaha mereka dan memperluas pangsa pasar secara lebih signifikan.

### **Pelatihan Diversifikasi Produk berupa Label Kemasan**

Pelatihan diversifikasi produk selanjutnya berfokus pada pembuatan label kemasan yang menarik dan informatif. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman anggota UMKM mengenai pentingnya *branding* dan desain kemasan yang efektif dalam menarik perhatian konsumen. Peserta diajarkan beberapa karakteristik label kemasan yang baik antara lain: Kesesuaian dengan merek, simple dan mudah dibaca, kelengkapan informasi yang disediakan, serta desain yang menarik. Namun, karakteristik label kemasan yang bagus di atas dapat berbeda-beda tergantung pada jenis produk, target pasar, dan tujuan sebuah merek. Dengan label kemasan yang lebih menarik, diharapkan produk UMKM Sari Rasa akan lebih mudah dikenali dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar.

### **Penyuluhan dan Pendampingan Manajemen Kelompok**

Penyuluhan dan pendampingan manajemen kelompok bagi UMKM Sari Rasa berfokus pada solusi atas permasalahan manajemen yang sedang dihadapi. Kegiatan ini meliputi tiga topik utama: pembuatan struktur organisasi UMKM, pendampingan dan penyuluhan *job analysis*, serta pengelolaan administrasi keuangan menggunakan akuntansi digital. Pada sesi pembuatan struktur organisasi, para peserta dilatih untuk menyusun peran dan tanggung jawab yang jelas agar operasional UMKM berjalan lebih lancar dan efisien. Penyuluhan *job analysis* membantu UMKM untuk mengidentifikasi tanggung jawab dan persyaratan keterampilan yang dibutuhkan dari sebuah posisi jabatan, guna meningkatkan produktivitas. Selain itu, pengelolaan administrasi keuangan berbasis akuntansi digital diajarkan untuk meningkatkan keteraturan pencatatan keuangan, transparansi, dan akurasi laporan keuangan, sehingga memudahkan pengambilan keputusan bisnis yang lebih efektif.

### **Penyuluhan dan Pelatihan Pemasaran Digital**

Penyuluhan dan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM Sari Rasa, dengan fokus pada pemasaran digital dan pembuatan konten kreatif. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman anggota UMKM tentang pentingnya kehadiran online dalam memperluas jangkauan pasar. Pelatihan juga mencakup pembuatan konten yang menarik, baik berupa foto, video, maupun teks promosi, untuk meningkatkan daya tarik dan engagement pelanggan. Diharapkan dengan kemampuan pemasaran digital yang lebih baik, UMKM Sari Rasa dapat memperkuat merek dan meningkatkan penjualan secara signifikan.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu pilar dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yang menjadi fondasi utama pendidikan tinggi di Indonesia ialah pengabdian kepada masyarakat. Ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah dikembangkan melalui sistem pendidikan dan penelitian diterapkan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Dosen Universitas Jenderal Soedirman berkomitmen untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat yang menekankan pada peningkatan sumber daya perdesaan dan kearifan lokal. Hal ini merupakan suatu bentuk kontribusi aktif para dosen agar tercapainya visi UNSOED yaitu untuk diakui dunia sebagai pusat pengembangan sumberdaya perdesaan dan kearifan lokal pada tahun 2034.

UMKM Sari Rasa merupakan mitra tim pengabdian dalam pengabdian kepada masyarakat ini. UMKM Sari Rasa berlokasi di Desa Karanggitung, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas. Metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini antara lain transfer teknologi, pendampingan, serta bantuan sarana dan prasarana untuk menunjang produksi. Tahapan-tahapan yang telah dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut.

### 1. Perencanaan

Perencanaan merupakan sebuah proses penting dalam menentukan tujuan, menetapkan langkah-langkah strategis, dan mengorganisir sumber daya agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan efisien dan efektif. Tahap perencanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan melakukan rapat koordinasi antara tim pengabdian dengan mitra yaitu UMKM Sari Rasa. Rapat koordinasi menghasilkan beberapa kesimpulan, seperti permasalahan yang dihadapi UMKM Sari Rasa, produktivitas usaha, serta pembahasan mengenai manajemen kelompok di UMKM Sari Rasa.

### 2. Pelatihan Diversifikasi Produk berupa Pembuatan Abon Ayam

Dalam menghadapi tren pasar yang cepat berubah dan persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM Sari Rasa dihadapkan pada berbagai tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Salah satu strategi yang efektif adalah diversifikasi produk, yang memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan lebih banyak peluang bisnis, mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk, serta beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar. Diversifikasi ini bisa dilakukan dengan memperluas lini produk berdasarkan kompetensi inti atau menjajaki peluang baru di luar area yang sudah dikenal. Dengan mengenali tren pasar dan kebutuhan pelanggan yang terus berubah, UMKM Sari Rasa dapat mengembangkan produk baru atau variasi produk yang lebih relevan, yang tidak hanya meningkatkan daya tarik, tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Pelatihan diversifikasi produk oleh tim pengabdian kepada UMKM Sari Rasa difokuskan pada pembuatan abon ayam. Dalam pelatihan tersebut, tim pengabdian mengundang dua orang pelatih, Ibu Sri Waryati dan Ibu Cuwarti, yang membagikan resep serta teknik pembuatan abon ayam kepada lima peserta pelatihan. Abon ayam adalah olahan makanan tradisional yang terkenal dengan rasa gurih dan renyah, sehingga cocok untuk semua kalangan masyarakat. Selain kaya akan protein, abon ayam juga merupakan pilihan makanan cepat saji yang baik untuk dikonsumsi sehari-hari, dapat dinikmati sebagai cemilan, pelengkap nasi, isian roti, atau sebagai oleh-oleh.

Abon ayam tidak hanya kaya akan nutrisi, tetapi juga memiliki pangsa pasar yang luas dan populer di berbagai kelompok usia. Dengan adanya peluang ini, produk abon ayam dapat dikembangkan dari berbagai aspek, termasuk variasi rasa, kemasan, dan produk tambahan untuk memenuhi selera serta kebutuhan konsumen. Inovasi dalam produk abon ayam diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM Sari Rasa, sehingga dapat mempertahankan kelangsungan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.



Gambar 2. Pelatihan proses pembuatan abon ayam

### 3. Pelatihan Diversifikasi Produk berupa Label Kemasan

Label kemasan merupakan elemen yang penting dalam pemasaran suatu produk. Dengan adanya label kemasan, maka informasi mengenai suatu produk dapat tersampaikan kepada konsumen. Informasi yang dimuat dapat berupa merek produk, komposisi produk, tanggal kedaluwarsa, cara penggunaan, dan informasi lainnya. Label kemasan juga mempunyai peran yang sangat signifikan dalam branding suatu produk, menarik perhatian konsumen, serta membangun citra merek suatu produk. Berikut ini adalah desain dan label kemasan yang sudah dipasang pada produk “Abon Ayam Bundaku” dari UMKM Sari Rasa.



Gambar 3. Desain label kemasan produk Abon Ayam Bundaku



Gambar 4. Produk Abon Ayam Bundaku

### 4. Penyuluhan dan Pendampingan Manajemen Kelompok

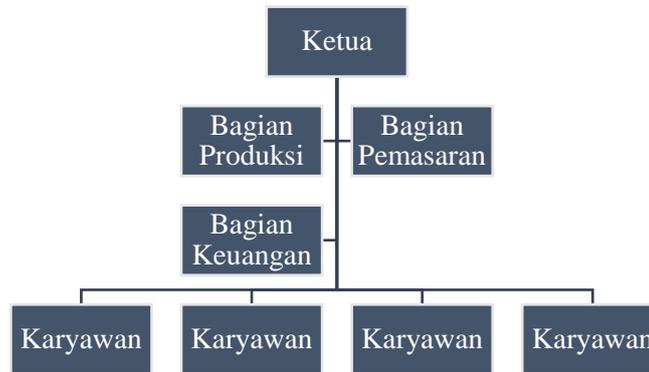
Tahapan berikutnya yang dilaksanakan oleh tim pengabdian dalam pengabdian masyarakat ini adalah penyuluhan dan pendampingan manajemen kelompok. Manajemen kelompok menjadi aspek yang penting dalam keberlangsungan dan keberhasilan UMKM. Hal ini dikarenakan UMKM seringkali menghadapi tantangan yang kompleks dalam menjalankan aktivitas mereka, termasuk keterbatasan sumber daya, akses pasar yang terbatas, dan persaingan yang ketat. Dalam persoalan ini, manajemen kelompok menjadi strategi yang kuat untuk mengatasi hambatan dan memaksimalkan peluang.

Penyuluhan dan pendampingan mengenai manajemen kelompok yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada mitra yaitu mencakup beberapa hal seperti berikut ini.

#### a. Pembuatan Struktur Organisasi UMKM Sari Rasa

Struktur organisasi merupakan aspek mendasar dalam menjalankan dan mengelola suatu kelompok atau organisasi. Hal ini mencerminkan tugas, tanggung jawab, serta wewenang yang diatur dalam kerangka kerja. Struktur organisasi tidak hanya untuk pembagian tugas saja, namun juga berpengaruh dalam aliran informasi dalam organisasi, pengambilan keputusan, serta bagaimana antaranggota berinteraksi satu sama lain.

Berikut ini adalah struktur organisasi yang telah dibentuk berdasarkan kesepakatan antaranggota UMKM Sari Rasa.



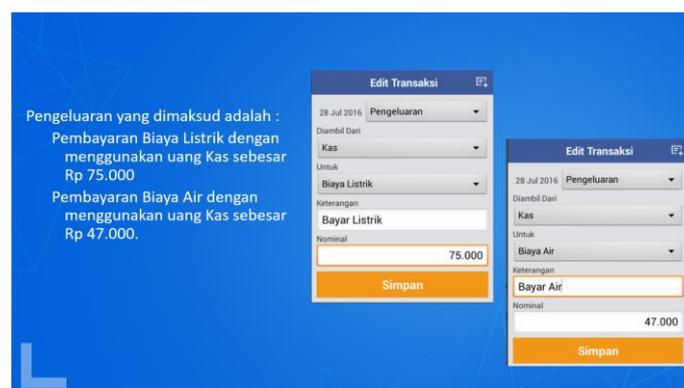
Gambar 5. Struktur Organisasi UMKM Sari Rasa

b. Pendampingan dan Penyuluhan *Job Analysis*

*Job analysis* merupakan sebuah proses pengumpulan data untuk menganalisis dan memahami keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan tertentu (Rios et al., 2020). Tujuan dari job analysis adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pekerjaan tertentu agar sebuah organisasi dapat mengelola sumber daya manusia dengan lebih efektif. Para peserta pelatihan didampingi oleh tim pengabdian menganalisis menguraikan jabatan berdasarkan struktur organisasi yang telah dibuat oleh UMKM Sari Rasa.

c. Pengelolaan Administrasi Keuangan dengan Akuntansi Digital

Akuntansi Digital merupakan sebuah aplikasi yang mampu melakukan pencatatan dan pengelolaan aktivitas keuangan UMKM secara online dengan koneksi internet. Penggunaan aplikasi akuntansi digital untuk UMKM memiliki beberapa keunggulan, seperti lebih mudah digunakan kapan saja dan dimana saja, tidak perlu paham akuntansi secara mendalam sebelumnya, menghindari kesalahan pencatatan faktor *human error*, mengintegrasikan semua transaksi keuangan dengan laporan keuangan, dapat diimport ke excel dapat digunakan untuk lebih dari 1 usaha, serta hanya perlu mindset arus kas saja; uang masuk dan uang keluar (pemasukan/pengeluaran).



Gambar 6. Materi Pengelolaan Administrasi Keuangan dengan Akuntansi Digital

## 5. Penyuluhan dan Pelatihan Pemasaran Digital

Penyuluhan dan pelatihan pemasaran digital yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada mitra mencakup hal-hal seperti berikut ini.

a. Pemasaran Digital

Pemasaran digital merupakan strategi yang memanfaatkan platform online untuk mempromosikan produk atau layanan. Menurut Stephen (2016), perusahaan harus mengadopsi digital marketing sebagai



strategi pemasaran mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas karena semakin banyak orang yang menghabiskan waktu di internet untuk berbagi pengalaman dan mencari informasi tentang barang dan jasa tertentu. Bagi UMKM, digital marketing adalah kunci untuk meningkatkan visibilitas, menjangkau pasar yang lebih luas, dan bersaing di era digital. Dengan menggunakan media sosial, email, dan alat analisis, UMKM dapat membangun hubungan dengan pelanggan, memahami perilaku online, serta mengukur kinerja kampanye secara efektif. Selain itu, pemasaran digital menawarkan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan metode tradisional, sehingga membuka peluang lebih besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan hasil bisnis.



Gambar 8. Materi Pemasaran Digital

b. Pembuatan Konten Kreatif

Pembuatan konten yang menarik untuk produk UMKM memerlukan pendekatan yang kreatif dan relevan. Berikut ini adalah beberapa strategi yang dapat membantu dalam menciptakan konten yang menarik:

- Mengenali target audiens yang akan menjadi sasaran produk UMKM.
- Menceritakan kisah yang menarik dibalik UMKM.
- Membuat konten pendek yang menarik dan informatif untuk audiens.
- Membuat konten yang interaktif, ajak audiens untuk berpartisipasi melalui kuis, polling, atau tanya jawab.
- Membuat konten testimoni pelanggan untuk meyakinkan audiens.
- Penggunaan caption yang menarik dan mengundang pertanyaan.
- Mengadaptasi konten untuk platform media sosial, seperti reels Instagram, story TikTok, status WhatsApp, dan lainnya.
- Menganalisis kinerja konten, misalnya berdasarkan data atau umpan balik dari audiens.



Gambar 9. Sesi foto bersama



## KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat pada Kelompok UMKM Sari Rasa telah berhasil memberikan solusi atas berbagai tantangan yang dihadapi melalui strategi diversifikasi produk, penguatan manajemen kelompok, dan digitalisasi UMKM. Diversifikasi produk dengan pengembangan abon ayam sebagai produk baru mampu membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan yang ketat. Pendampingan manajemen kelompok, termasuk pembuatan struktur organisasi yang lebih jelas dan analisis pekerjaan, telah membantu meningkatkan efektivitas operasional dan kinerja internal UMKM. Di sisi lain, digitalisasi dalam pengelolaan administrasi keuangan dengan akuntansi digital serta pelatihan pemasaran digital memungkinkan UMKM Sari Rasa untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memperluas jangkauan pasar melalui platform online. Dengan adanya peningkatan dalam diversifikasi produk, manajemen kelompok yang lebih baik, serta kemampuan digital yang lebih kuat, UMKM Sari Rasa diharapkan mampu meningkatkan daya saing, mempertahankan kelangsungan usaha, dan terus berkembang di masa depan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UNSOED atas dukungan dan pembiayaan yang diberikan dalam pengabdian kepada masyarakat di UMKM Sari Rasa. Bantuan ini sangat berharga dalam mendukung pelaksanaan kegiatan pengembangan kapasitas dan peningkatan daya saing UMKM melalui berbagai pelatihan dan pendampingan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rios, J. A., Ling, G., Pugh, R., Becker, D., & Bacall, A. (2020). Identifying Critical 21st-Century Skills for Workplace Success: A Content Analysis of Job Advertisements. *Educational Researcher*, 49(2), 80–89. <https://doi.org/10.3102/0013189X19890600>
- RRI. (2022). Aspikmas Banyumas Bekali Pelatihan Foto Produk Bagi Pelaku UMKM. <https://rri.co.id/kesehatan/8436/aspikmas-banyumas-bekali-pelatihan-foto-produk-bagi-pelaku-umkm>
- Shoffi'ul, A., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, 17–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.016>