

## PENDAMPINGAN *PRODUCT IMPROVEMENT* DAN *BUSINESS DEVELOPMENT* BAGI UMKM DESA NGRAMBE, NGAWI

Alpi Mawasti<sup>1</sup>  
Visi Saujaningati Kristyanto<sup>2</sup>  
Gesti Memarista<sup>3</sup>  
Deatri Arumsari Agung<sup>4</sup>  
Dirgantara Dahana Mokoginta<sup>5</sup>  
Aldo Hardi Sancoko<sup>6</sup>  
Nyana Vaddhano<sup>7</sup>  
Eric Sulindra<sup>8</sup>

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
\*alpimawasti@ukwms.ac.id

### ARTICLE INFO

Article history:  
Received: 12 December 2024  
Revised: 06 January 2025  
Accepted: 10 January 2025

JEL Classification: M30, M31

### Key words:

Pemberdayaan Masyarakat,  
UMKM, Pembangunan  
Berkelanjutan, Product  
Improvement, Pengembangan  
Bisnis

### DOI:

<https://doi.org/10.33508/peka.v7i2.6234>

### ABSTRAK

Pembangunan berkelanjutan di wilayah pedesaan menjadi fokus utama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengorbankan keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini menyoroti pelaksanaan program *Community Engagement for Development (CED) 2024* di Desa Ngrambe, Ngawi, Jawa Timur, yang bertujuan memberdayakan UMKM lokal melalui pendekatan berbasis *Participatory Action Learning and Action Research (PALAR)*. Desa Ngrambe memiliki potensi besar di sektor pertanian dan kuliner, namun menghadapi kendala seperti keterbatasan akses pasar, produksi, promosi, dan pencatatan keuangan. Program CED melibatkan mahasiswa lokal dan internasional untuk berbagi pengetahuan tentang *product improvement*, pengembangan usaha, dan strategi pemasaran yang berbasis teknologi. Tahapan program mencakup survei kebutuhan, workshop dan seminar persiapan, *live-in*, dan pendampingan intensif kepada UMKM. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan, termasuk inovasi kemasan, efisiensi produksi, dan pengembangan branding produk. Studi ini menggarisbawahi pentingnya kolaborasi multidisipliner dalam memberdayakan UMKM untuk meningkatkan daya saing, keberlanjutan usaha, dan kesejahteraan komunitas pedesaan.

### ABSTRACT

Sustainable development in rural areas is a primary focus to enhance community welfare without compromising environmental sustainability. This study highlights the implementation of the *Community Engagement for Development (CED) 2024* program in Ngrambe Village, Ngawi, East Java, which aims to empower local MSMEs through a *Participatory Action Learning and Action Research (PALAR)* approach. Ngrambe Village holds significant potential in the agricultural and culinary sectors but faces challenges such as limited market access, production constraints, promotion inefficiencies, and inadequate financial record-keeping. The CED program engages both local and international students to share knowledge on *product improvement*, business development, and technology-based marketing strategies. The program stages include needs surveys, preparatory workshops and seminars, *live-in* activities, and intensive mentoring for MSMEs. The results demonstrate significant improvements, including packaging innovation, production efficiency, and product branding development. This

*study underscores the importance of multidisciplinary collaboration in empowering MSMEs to enhance competitiveness, business sustainability, and the welfare of rural communities.*

## PENDAHULUAN

Pembangunan berkelanjutan merupakan agenda global yang menjadi perhatian dalam kebijakan internasional dan nasional. Konsep ini, sebagaimana tercantum dalam Agenda 2030 PBB, menekankan pada dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan dengan tujuan memenuhi kebutuhan generasi kini tanpa mengorbankan kebutuhan generasi mendatang. Di negara seperti Indonesia, pembangunan berkelanjutan di wilayah pedesaan sangat penting mengingat banyak penduduk yang bergantung pada sektor pertanian.

Ngrambe, sebuah kecamatan di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur, memiliki potensi besar untuk berkembang namun menghadapi tantangan ekonomi dan sosial. Sektor pertanian mendominasi wilayah ini, namun masyarakat menghadapi keterbatasan akses terhadap modal, keterampilan, dan pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, dibutuhkan model pengembangan bisnis yang memperhatikan keuntungan ekonomi serta keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Pemberdayaan masyarakat pedesaan melalui bisnis berkelanjutan menjadi solusi yang diusulkan dalam penelitian ini. Program CED (Community Engagement for Development) dengan tema "Empower & Thrive: Business Development for Sustainable Rural Communities" bertujuan memberdayakan masyarakat Ngrambe dengan pendekatan kewirausahaan inklusif yang mendukung keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Aspek pemberdayaan mencakup peningkatan keterampilan, pengembangan produk lokal, pembukaan akses pasar, dan pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan.

CED dinilai penting dalam memberdayakan UMKM di wilayah pedesaan seperti Ngrambe yang sering menjadi penggerak utama perekonomian lokal. Namun, UMKM ini menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses teknologi, rendahnya keterampilan manajerial, dan terbatasnya akses pasar yang lebih besar. Akibatnya, banyak usaha lokal kesulitan berkembang secara berkelanjutan.

Meskipun Ngrambe memiliki potensi pertanian, kuliner, dan kerajinan tangan, usaha

yang ada belum mampu mengoptimalkan potensinya. Kendala meliputi kurangnya pengetahuan manajemen usaha berkelanjutan, akses teknologi terbatas, dan minimnya pelatihan. Pola penjualan konvensional serta penggunaan kemasan yang belum ramah lingkungan turut menghambat pertumbuhan ekonomi lokal.

Program CED UKWMS memilih Ngrambe untuk pengabdian masyarakat karena potensi besar dalam sektor pertanian dan kuliner. Banyak usaha yang masih berskala kecil dan menggunakan metode tradisional, namun dengan pemberdayaan yang tepat, usaha ini dapat berkembang lebih kompetitif. Keindahan alam Ngrambe seperti air terjun dan pegunungan juga mendukung potensi wisata. Program ini melibatkan peserta dari berbagai negara seperti Jepang, Filipina, dan Korea Selatan yang berinteraksi dengan UMKM sambil mempelajari budaya lokal.

CED melibatkan mahasiswa UKWMS dan internasional yang membagikan pengetahuan yang telah dipelajari di kampus kepada UMKM setempat. Sebelum turun ke lapangan, mahasiswa dibekali melalui seminar dan workshop dengan materi seperti product improvement, business development, networking (Robert Zacca, 2015), pemasaran melalui media sosial (Kapoor, 2023), serta pengelolaan keuangan usaha (Memarista, 2022). Pengetahuan ini diharapkan memberikan dampak positif bagi UMKM di Ngrambe, Ngawi.

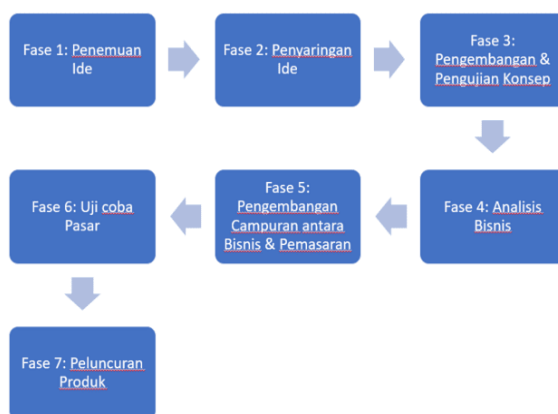
## KAJIAN LITERATUR

Pemberdayaan masyarakat di Ngrambe bertujuan untuk mencapai dua hal utama: meningkatkan produk usaha kecil yang sudah dikembangkan oleh UMKM di desa tersebut dan mendorong pengembangan usaha agar lebih berkelanjutan. Keberlanjutan ini diharapkan tidak hanya bersifat musiman atau pada waktu tertentu, melainkan dapat menjadi sumber pendapatan yang layak bagi kesejahteraan masyarakat Ngrambe. Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan strategi pemberdayaan yang dapat diterapkan pada UMKM melalui peningkatan produk (*product improvement*) dan pengembangan bisnis (*business development*).

Product improvement adalah salah satu strategi yang bertujuan tidak hanya untuk menghasilkan produk atau layanan baru yang berkualitas, tetapi juga untuk memastikan produk tersebut dapat bersaing di pasar (Antoni et al., 2005). Booze et al. (1982) awalnya mengklasifikasikan produk baru berdasarkan tingkat kebaruannya, baik untuk pasar maupun untuk usaha, dalam enam kategori yang berbeda. Proses pengembangan produk dimulai dari tahapan perencanaan hingga peluncuran di pasar. Kemudian, Kim, Park, dan Sawng (2016) menyusun 13 fase pengembangan produk, di antaranya: brainstorming ide, penyaringan ide awal, evaluasi pasar awal, evaluasi teknologi awal, evaluasi produksi awal, evaluasi keuangan awal, survei dan penelitian pasar, pengembangan produk, evaluasi produk internal, uji kelompok pelanggan untuk produk baru, uji pasar, evaluasi keuangan sebelum peluncuran, dan akhirnya peluncuran produk di pasar. Dengan melalui seluruh tahapan ini, kualitas produk yang dihasilkan akan mengalami peningkatan yang signifikan.

Bagi UMKM, kemampuan berproduksi yang baik serta pengembangan produk yang terus-menerus dapat meningkatkan profitabilitas usaha. Terdapat hubungan positif antara tahapan-tahapan dalam product improvement terhadap kesejahteraan UMKM, terutama jika seluruh tahapan dijalankan dengan efektif. Cooper (1979) menyatakan bahwa fase peluncuran produk dan evaluasi produk oleh konsumen merupakan dua tahap terpenting dalam pengembangan produk. Mishra et al. (1996) juga berpendapat bahwa evaluasi pasar yang mendalam dan penyaringan ide awal adalah tahap yang sangat penting dalam proses product improvement.

Dalam penelitian yang terkait dengan tahapan product improvement, Kim, Park, dan Sawng (2016) menjelaskan tahapan peningkatan pengembangan produk baru (New Product Development - NPD) dalam tujuh fase utama. Dalam penelitian terkait tahapan *product improvement*, Kim, Park & Sawng (2016) mengelaborasi tahapan peningkatan *new product development (NPD)* dalam tujuh fase utama:



Gambar 1. Tahapan *Product Improvement*  
Sumber: Kim, Park & Sawng (2016)

Dalam praktik pengembangan produk baru untuk usaha kecil dan menengah di Korea Selatan, pengembangan produk sering kali dipengaruhi oleh besarnya permintaan konsumen dan pesanan langsung dari konsumen. Hal ini memungkinkan produk diluncurkan tanpa banyak proses seleksi. Namun, di Indonesia, terutama bagi UMKM di pedesaan, kemampuan untuk memahami permintaan konsumen dan mendapatkan pesanan langsung sangat terbatas. Oleh karena itu, melalui program pemberdayaan yang dilaksanakan di Ngrambe, diharapkan setiap tahapan pengembangan produk UMKM dapat dibantu untuk menganalisis dan pada akhirnya

menghasilkan produk atau layanan yang berkualitas.

UMKM, khususnya yang berada di daerah pedesaan, membutuhkan pendampingan dan fasilitasi yang memadai dalam pengembangan produk mereka. Jika UMKM hanya bertahan pada kondisi saat ini tanpa adanya pengembangan lebih lanjut, mereka akan kesulitan untuk bersaing dan mendapatkan pasar yang lebih luas. Akibatnya, banyak UMKM yang mungkin tidak mampu bertahan dan akhirnya harus menghentikan produksi mereka.

Dengan demikian, pengembangan produk melalui peningkatan kualitas produk dan

pengembangan bisnis merupakan strategi yang sangat penting untuk membantu UMKM di Ngrambe agar dapat berkembang secara berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa tersebut. Pendampingan yang dilakukan pada setiap tahapan pengembangan produk dapat memberikan dampak positif, yang tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga memperluas pasar, sehingga UMKM dapat terus tumbuh dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.

#### **METODE PELAKSANAAN**

CED adalah program tahunan yang diinisiasi oleh Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala, bekerja sama dengan berbagai universitas internasional. Program ini, yang mengikuti pendekatan sebelumnya, pada tahun 2024 mengusung metode Participatory Action Learning and Action Research (PALAR) yang disesuaikan dengan kondisi Desa Ngrambe (Kristyanto et al., 2023).

Tahap pertama, tim dosen dan mahasiswa dikirimkan untuk melakukan survei guna mengidentifikasi kebutuhan dan masalah yang ada di Desa Ngrambe. Hasil survei menunjukkan bahwa UMKM di desa ini menghadapi tantangan dalam hal produksi, promosi, desain produk, serta pengelolaan pencatatan keuangan yang kurang teratur. Akses yang terbatas karena jarak desa yang jauh dari pusat kota membatasi pemasaran produk hanya di sekitar kawasan pedesaan. Meski begitu, tim menemukan potensi pariwisata yang belum dimanfaatkan secara optimal.

Pada tahap kedua, tim dosen dan mahasiswa mengadakan pertemuan online untuk merumuskan solusi yang dapat diterapkan untuk membantu meningkatkan produk UMKM di Ngrambe. Beberapa mahasiswa dari luar negeri turut serta dalam diskusi ini. Tahap ketiga, mahasiswa mengikuti workshop mengenai pemahaman budaya Indonesia untuk mempersiapkan mereka menghadapi proses live-in di Ngrambe tanpa mengalami culture shock, serta untuk beradaptasi dengan kehidupan pedesaan. Selain itu, mahasiswa diberikan materi tentang peningkatan produk dan pengembangan bisnis untuk memperbaiki kualitas produk, desain, tata letak usaha, pencatatan keuangan, serta strategi pemasaran yang sesuai untuk UMKM di desa tersebut.

Akhirnya, pendampingan diberikan kepada berbagai UMKM yang ada di desa, seperti usaha pembuatan kacang hijau, peyek, telur asin, kue dan pudding, krupuk, madu mongso, jus buah, emping,

minuman herbal instan, serta tepung gluten free berbasis bahan lokal. Keberhasilan program diukur dengan membandingkan produk sebelum dan sesudah pendampingan, serta mengedarkan kuisioner evaluasi kepada pelaku UMKM untuk mengetahui sejauh mana manfaat yang diterima dari pendampingan yang telah dilakukan.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program CED 2024 di Desa Ngrambe menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam pemberdayaan UMKM lokal melalui pendekatan berbasis Participatory Action Learning and Action Research (PALAR). Metode ini memungkinkan mahasiswa untuk tidak hanya memberikan pelatihan teoritis, tetapi juga berinteraksi langsung dengan pelaku UMKM untuk memahami tantangan yang mereka hadapi. Program ini terbukti memberikan perubahan nyata dalam cara pelaku UMKM memahami dan menjalankan bisnis mereka, mulai dari aspek produksi, promosi, pencatatan keuangan, hingga strategi pemasaran.

Melalui survei dan evaluasi yang dilakukan selama program, ditemukan bahwa masalah utama yang dihadapi oleh UMKM di Desa Ngrambe berkaitan dengan beberapa aspek mendasar. Beberapa tantangan utama yang diidentifikasi adalah keterbatasan dalam produksi, promosi yang kurang efektif, pencatatan keuangan yang tidak teratur, serta kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas. Banyak UMKM di Desa Ngrambe mengandalkan sumber daya lokal, namun sering kali menghadapi kendala dalam penggunaan teknologi yang memadai dan pengetahuan bisnis modern. Akses pasar yang terbatas akibat kondisi geografis yang terpencil semakin memperburuk situasi mereka, sehingga produk mereka kesulitan untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

Namun, program ini juga menemukan bahwa ada potensi besar yang dapat dikembangkan. Sumber daya alam lokal, seperti kacang hijau, bahan herbal, dan hasil bumi lainnya, menjadi keunggulan kompetitif yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan nilai jual produk. Dengan pendekatan inovasi yang tepat, produk-produk ini bisa diproduksi dengan cara yang lebih efisien dan memiliki nilai tambah yang lebih tinggi, sehingga bisa bersaing di pasar regional dan bahkan nasional. Program CED 2024 berfokus pada aspek ini, dengan tujuan untuk mengubah tantangan tersebut menjadi peluang melalui peningkatan kapasitas produksi dan pengembangan strategi pemasaran.

Program ini menggunakan pendekatan yang sangat aplikatif, seperti seminar, workshop, dan

Live-In. Seminar dan workshop memberikan pembekalan yang sangat penting bagi mahasiswa sebagai fasilitator, agar mereka memahami tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan budaya lokal yang ada di Desa Ngrambe. Melalui pendekatan ini, mahasiswa mampu membangun hubungan yang erat dengan masyarakat setempat, sehingga tercipta kolaborasi yang harmonis dan saling menguntungkan.

Pendekatan ini juga memungkinkan mahasiswa untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang tidak terdeteksi dalam survei awal.

Sebagai contoh, dalam proses pendampingan, mahasiswa menemukan bahwa salah satu masalah utama di UMKM produksi telur asin adalah keterbatasan alat perendam dan pengukus. Proses produksi sering terhenti karena alat yang digunakan tidak efisien. Oleh karena itu, mahasiswa membantu mencari solusi dengan menyediakan alat produksi yang lebih sederhana dan efisien, sehingga mempermudah pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas produksi mereka.



Gambar 2. Alat Produksi Telur Asin Sebelum dan Sesudah

Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan pada berbagai aspek dalam pemberdayaan UMKM di Desa Ngrambe. Salah satu contoh keberhasilan yang menonjol adalah pada UMKM minuman herbal instan, yang sebelumnya hanya menjual produk dalam kemasan sederhana tanpa label. Setelah mengikuti program pendampingan, UMKM ini mampu menciptakan

branding yang lebih menarik dengan logo dan kemasan modern yang profesional. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk yang ditawarkan.



Gambar 3. Produk Sebelum dan Sesudah

Meskipun program ini menunjukkan hasil yang sangat positif, tantangan besar tetap ada, terutama dalam menjaga keberlanjutan inovasi yang telah diterapkan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya, seperti akses terhadap bahan baku yang lebih baik dan peralatan yang lebih canggih untuk mendukung peningkatan kapasitas produksi. Oleh karena itu, untuk menjaga dampak jangka panjang dari program ini, diperlukan dukungan lebih lanjut dari pemerintah daerah, sektor swasta, dan lembaga-lembaga lainnya. Kolaborasi dengan berbagai pihak akan membantu UMKM di Desa Ngrambe dalam mendapatkan akses ke modal, pelatihan lanjutan, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mempertahankan dan mengembangkan inovasi yang telah diterapkan.

Salah satu langkah strategis untuk mendukung keberlanjutan program ini adalah dengan membentuk koperasi desa. Koperasi akan memfasilitasi pelaku UMKM dalam pengadaan bahan baku yang lebih efisien, serta distribusi

produk yang lebih efektif. Selain itu, koperasi juga dapat berfungsi sebagai platform untuk pemasaran bersama, sehingga produk UMKM bisa dijual dalam volume yang lebih besar dan mencakup pasar yang lebih luas.

Selain itu, integrasi antara UMKM dan potensi pariwisata lokal bisa menjadi langkah penting dalam pengembangan ekonomi desa. Dengan memanfaatkan keindahan alam dan budaya yang dimiliki Desa Ngrambe, produk UMKM dapat dipasarkan kepada wisatawan yang berkunjung, sekaligus meningkatkan daya tarik pariwisata itu sendiri. Ini bisa menciptakan sinergi yang saling menguntungkan antara sektor pariwisata dan UMKM, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa secara keseluruhan.

Selain kemasan dan logo baru dalam pendampingan peserta juga berkontribusi dalam hal pengembangan cara berpromosi. Promosi dilakukan secara online dan offline dengan cara membuat e-poster dan poster. Salah satu UMKM

yang didampingi oleh peserta adalah UMKM Ngrambe Ngawi. Martabak. Berikut ini merupakan gambar desain promosi yang dibuat oleh mahasiswa untuk berkontribusi dalam penjualan salah satu UMKM di



Gambar 4. Desain Poster Untuk Promosi

Pendampingan yang diberikan dalam program CED 2024 tidak hanya berfokus pada aspek peningkatan kemasan dan branding, tetapi juga

menyentuh elemen penting lainnya dalam pengelolaan usaha, seperti pencatatan keuangan. Pencatatan yang terperinci sebelumnya kurang

dipahami oleh sebagian besar pelaku UMKM di Desa Ngrambe. Setelah diberi pembekalan, para pelaku usaha mulai memahami pentingnya pencatatan transaksi yang rapi dan sistematis, yang membantu mereka mengelola keuangan dengan lebih baik. Sebelumnya, banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengetahui margin keuntungan mereka, karena tidak ada data yang cukup untuk dianalisis. Namun, setelah pelatihan, mereka mampu melacak pendapatan dan pengeluaran lebih jelas, yang memberikan gambaran yang lebih jelas tentang kesehatan finansial usaha mereka.

Keberhasilan ini tidak hanya tercermin dalam pencatatan keuangan tetapi juga pada aspek pemasaran produk. Salah satu pencapaian yang signifikan dalam program ini adalah meningkatnya volume penjualan produk UMKM setelah penerapan strategi pemasaran digital. Berdasarkan hasil evaluasi melalui kuisioner, lebih dari 80% pelaku UMKM menyatakan merasa terbantu dengan pembekalan mengenai pemasaran digital yang diterima selama program. Strategi pemasaran digital yang melibatkan penggunaan platform media sosial sebagai alat promosi terbukti berhasil menarik perhatian konsumen yang lebih luas, bahkan dari luar desa. Beberapa pelaku UMKM mulai menerima pesanan dari luar daerah, yang menunjukkan potensi besar dari pemasaran digital dalam memperluas pasar produk lokal.

Namun demikian, tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Ngrambe adalah memastikan bahwa inovasi yang telah diterapkan dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Keterbatasan akses terhadap sumber daya penting seperti bahan baku kemasan modern dan peralatan produksi yang lebih canggih menjadi salah satu hambatan utama. Selain itu, kendala lainnya adalah keterbatasan dalam hal sumber daya manusia yang memiliki keahlian lebih lanjut dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka. Hal ini menuntut adanya perhatian lebih lanjut untuk mengatasi masalah tersebut, baik dalam bentuk pendampingan lanjutan maupun kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperkuat kapasitas produksi dan pemasaran.

Salah satu solusi yang dapat membantu mengatasi tantangan ini adalah dengan mengintegrasikan sektor pariwisata lokal bersama pengembangan produk UMKM. Desa Ngrambe memiliki potensi besar dalam hal pariwisata, yang jika dikelola dengan baik, dapat menjadi sinergi yang kuat dengan produk UMKM lokal. Pengembangan desa sebagai tujuan wisata yang

menawarkan produk khas lokal dapat menciptakan peluang ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat desa. Para wisatawan yang datang tidak hanya akan menikmati keindahan alam dan budaya desa, tetapi juga dapat membeli produk-produk UMKM yang berkualitas tinggi. Sinergi ini akan menciptakan dampak positif yang besar terhadap ekonomi desa, meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, serta membantu mereka memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

Selain itu, untuk memastikan keberlanjutan program ini, kolaborasi dengan pemerintah daerah dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) sangat penting. Dukungan dari pemerintah dapat mencakup penyediaan akses modal usaha bagi pelaku UMKM, sehingga mereka dapat mengakses pembiayaan yang lebih mudah untuk memperluas usaha mereka. Kolaborasi ini juga dapat mencakup pelatihan lanjutan dalam hal pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk. Pelatihan lanjutan yang terus menerus akan memungkinkan pelaku UMKM untuk selalu mengikuti perkembangan tren pasar dan teknologi, serta memastikan kualitas produk mereka tetap terjaga.

Salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk memperkuat keberlanjutan usaha UMKM di Desa Ngrambe adalah dengan membentuk koperasi desa. Koperasi ini akan memfasilitasi pengadaan bahan baku, distribusi produk, serta pemasaran bersama. Dengan memiliki koperasi, para pelaku UMKM bisa lebih efisien dalam membeli bahan baku dalam jumlah besar, sehingga dapat memperoleh harga yang lebih murah. Selain itu, koperasi juga bisa membantu dalam hal pemasaran bersama, sehingga produk-produk UMKM dapat lebih mudah dikenal di pasar yang lebih luas. Pembentukan koperasi juga dapat membantu meningkatkan daya tawar pelaku UMKM terhadap pemasok dan distributor, serta memungkinkan mereka untuk berkolaborasi dalam hal pengembangan produk baru.

Pemberdayaan UMKM melalui program CED 2024 juga menunjukkan pentingnya pendekatan yang berbasis pada Participatory Action Learning and Action Research (PALAR). Pendekatan ini terbukti efektif dalam memberdayakan UMKM karena melibatkan pelaku usaha secara aktif dalam setiap tahap proses pemberdayaan, mulai dari identifikasi masalah, penyusunan solusi, hingga implementasi dan evaluasi. Pendekatan ini juga memberikan kesempatan kepada para pelaku UMKM untuk belajar langsung melalui pengalaman dan bimbingan, yang membantu mereka untuk mengembangkan keterampilan baru yang dapat diterapkan dalam usaha mereka. Keberhasilan



program ini juga menunjukkan bahwa kolaborasi antara universitas, mahasiswa, pemerintah daerah, dan masyarakat sangat penting dalam menciptakan perubahan yang berkelanjutan di tingkat lokal.

Namun, tantangan besar dalam mempertahankan hasil program ini terletak pada perlunya dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk sektor swasta. Sektor swasta dapat berperan sebagai mitra yang menyediakan akses ke teknologi, pengetahuan, dan pasar yang lebih luas. Dengan dukungan yang lebih kuat dari sektor swasta, UMKM di Desa Ngrambe akan lebih mudah mengakses berbagai sumber daya yang diperlukan untuk mempertahankan inovasi yang telah diterapkan dan mengembangkan usaha mereka ke tingkat yang lebih tinggi.

Secara keseluruhan, program CED 2024 telah berhasil menciptakan dampak yang signifikan pada pemberdayaan UMKM di Desa Ngrambe. Dengan mengadopsi pendekatan yang berbasis pada kolaborasi dan partisipasi aktif masyarakat, program ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas ekonomi lokal dan memperkuat daya saing produk UMKM. Untuk memastikan keberlanjutan program, dukungan yang berkelanjutan dari pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta sangat diperlukan. Jika tantangan-tantangan yang ada dapat diatasi, maka Desa Ngrambe berpotensi menjadi model desa yang sukses dalam mengintegrasikan sektor pariwisata dengan pengembangan UMKM, serta membuka peluang ekonomi yang lebih besar bagi masyarakatnya.

## SIMPULAN

Program Community Empowerment Development (CED) 2024 yang dilaksanakan di Desa Ngrambe, Ngawi, Jawa Timur, telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap pengembangan UMKM lokal melalui pendekatan berbasis Participatory Action Learning and Action Research (PALAR). Program ini difokuskan untuk memberdayakan pelaku UMKM agar dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar, baik secara lokal maupun regional. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan, ditemukan beberapa kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, antara lain terbatasnya kapasitas produksi, kurangnya promosi, rendahnya kualitas desain produk, dan pencatatan keuangan yang belum terstruktur dengan baik. Selain itu, akses pasar yang terbatas, terutama karena kondisi geografis yang terpencil, juga menjadi tantangan yang cukup besar bagi pengembangan UMKM di

desa ini.

Namun, meskipun menghadapi berbagai kendala tersebut, terdapat potensi besar yang belum dimanfaatkan secara optimal, seperti bahan baku lokal yang melimpah dan keindahan alam yang dapat dikembangkan sebagai destinasi pariwisata. Bahan baku lokal seperti kacang hijau, bahan herbal, dan hasil bumi lainnya dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM jika diolah dengan inovasi yang tepat. Selain itu, potensi pariwisata yang dimiliki oleh Desa Ngrambe juga dapat menjadi peluang besar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperluas pasar bagi produk-produk UMKM lokal.

Program CED 2024 dilaksanakan dengan berbagai metode yang melibatkan interaksi langsung antara mahasiswa dan pelaku UMKM. Salah satu metode utama yang digunakan adalah workshop dan seminar, di mana para mahasiswa diberikan pembekalan teori mengenai business development dan product improvement. Mahasiswa juga diberikan pelatihan terkait pemahaman budaya lokal untuk memastikan bahwa mereka dapat beradaptasi dengan baik saat berinteraksi dengan masyarakat setempat selama proses pendampingan. Hal ini penting untuk membangun hubungan yang efektif antara mahasiswa dan pelaku UMKM, sehingga mereka dapat saling bertukar pengetahuan dan solusi yang sesuai dengan kondisi lapangan.

Pendekatan live-in juga digunakan sebagai bagian dari program ini, yang memungkinkan mahasiswa untuk terlibat langsung dalam aktivitas usaha kecil di desa tersebut. Dengan pendekatan ini, mahasiswa dapat mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM secara lebih mendalam dan memberikan solusi yang lebih tepat. Sebagai contoh, dalam salah satu kasus, mahasiswa menemukan bahwa produksi telur asin sering terhenti karena keterbatasan alat perendam dan pengukus. Mahasiswa kemudian membantu mencari solusi berupa alat produksi yang lebih efisien, yang dapat memperlancar proses produksi dan meningkatkan hasil produksi.

Selain itu, pendampingan yang dilakukan juga mencakup perbaikan dalam hal desain kemasan dan branding produk. Sebelum program dimulai, banyak pelaku UMKM yang menggunakan kemasan sederhana yang kurang menarik bagi konsumen. Melalui pendampingan, pelaku UMKM diajarkan cara membuat kemasan yang lebih menarik dan profesional, yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar. Sebagai contoh, salah satu UMKM yang menjual minuman herbal instan

sebelumnya hanya menggunakan kemasan plastik polos tanpa label. Setelah mengikuti pendampingan, UMKM ini mampu menciptakan branding produk dengan desain logo yang menarik dan kemasan yang lebih profesional, yang tentunya meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

Program CED 2024 juga berhasil memberikan dampak positif dalam hal strategi pemasaran. Pelaku UMKM yang sebelumnya mengandalkan pemasaran secara offline kini diberi pelatihan untuk memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana promosi digital. Salah satu UMKM yang menjual martabak, misalnya, mulai memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui penggunaan e-poster dan promosi online, produk mereka dapat dikenal oleh konsumen di luar desa, yang sebelumnya sulit dijangkau. Pendekatan ini tidak hanya memperluas pasar mereka, tetapi juga meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

Setelah mengikuti program ini, evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam beberapa aspek penting, seperti peningkatan kualitas produk, daya tarik kemasan, serta kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan yang lebih baik. Sebelum program, banyak pelaku UMKM yang tidak memprioritaskan pencatatan keuangan dan kesulitan dalam melacak pendapatan dan pengeluaran mereka. Namun, setelah diberikan pelatihan tentang pencatatan keuangan yang sederhana namun efektif, pelaku UMKM kini dapat lebih mudah mengelola keuangan usaha mereka dan mengidentifikasi margin keuntungan dengan lebih jelas.

Meskipun demikian, tantangan terbesar yang dihadapi adalah memastikan keberlanjutan dari inovasi yang telah diterapkan setelah program berakhir. Salah satu kendala utama yang masih dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Ngrambe adalah keterbatasan akses terhadap sumber daya seperti bahan baku kemasan modern dan peralatan produksi yang memadai. Oleh karena itu, untuk memastikan dampak jangka panjang yang berkelanjutan, diperlukan perhatian lebih lanjut dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, dan sektor swasta. Kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta sangat penting dalam memberikan dukungan yang diperlukan untuk memastikan keberlanjutan inovasi yang telah dilakukan selama program.

Program CED 2024 membuka peluang besar

untuk pengembangan lebih lanjut dengan mengintegrasikan potensi pariwisata lokal bersama produk UMKM. Desa Ngrambe memiliki kekayaan alam yang luar biasa, dan produk-produk lokal yang dihasilkan oleh UMKM dapat dijadikan sebagai daya tarik utama bagi wisatawan yang datang ke desa tersebut. Dengan mengembangkan Desa Ngrambe sebagai desa wisata yang menggabungkan produk lokal berkualitas dengan keindahan alam, maka sektor pariwisata dan UMKM dapat saling mendukung untuk menciptakan sinergi yang kuat, yang akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Selain itu, pembentukan koperasi desa juga dapat menjadi langkah strategis untuk memperkuat keberlanjutan program ini. Koperasi desa dapat menjadi wadah untuk memfasilitasi pengadaan bahan baku, distribusi produk, serta pemasaran bersama yang lebih efisien. Dengan pengelolaan yang baik, koperasi ini dapat membantu mengurangi biaya produksi dan meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, program CED 2024 menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif berbasis PALAR efektif dalam memberdayakan UMKM di pedesaan. Dengan pengelolaan yang berkelanjutan dan dukungan dari berbagai pihak, program ini tidak hanya memberikan dampak positif pada ekonomi lokal, tetapi juga membangun kapasitas masyarakat dalam menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks. Keberhasilan program ini memberikan harapan bagi desa-desa lain yang memiliki potensi serupa untuk mengembangkan UMKM mereka dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

## REFERENCES

- Agung, D. A., Erwita, M. A., Mokoginta, D. D., Memarista, G., Sancoko, A. H., Sulisty, A. P., Kristina, N., Mawasti, A., & Kristyanto, V. S. (2022). Community Engagement For Development: Gen Z As The Agent Of Innovation To Achieve SDGs. *Peka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 159-170. <https://doi.org/10.33508/peka.v5i2.4437>
- Antoni, M., Nilsso-Witell, L., & Dahlgard, J J. 2005. Inter-project improvement in product development. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 22 No. 9, pp. 876-893. <https://doi.org/10.1108/02656710510625194>

- Kim, Y.-H., Park, S.-W. and Sawng, Y.-W. (2016), "Improving new product development (NPD) process by analyzing failure cases", *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 10 No. 1, pp. 134-150. <https://doi.org/10.1108/APJIE-12-2016-002>
- Kristyanto, V. S., et al. (2023). Community Cultural Tourism: Linking Religious Tourism, Karawitan, and Local Business in Puhsarang, Kediri. *Journal of Interdisciplinary Socio-Economic and Community Study*, Vol. 03, No. 3, pp 76-85. Universitas Brawijaya. <http://dx.doi.org/10.21776/jiscos.03.2.04>
- Wibowo, Y. K., Mawasti, A., & Runtu, J. (2023). Pengaruh Fitur Iklan Media Sosial Terhadap Niat Pembelian Melalui Keterlibatan Merek Pada Kfc Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 12(1), 27-39. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i1.4717>
- Yuniarto, A., Mawasti, A., Memarista, G., Agung, D. A., Setyawan, A. A., Kristanto, V. S., & Jonathan, N. (2023). Ukwms' Community Engagement for Development: Promoting Economic Growth Through Product Development and Digital Marketing At Puhsarang Kediri. *Peka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 200-209. <https://doi.org/10.33508/peka.v6i2.5245>