

**LAPORAN AKHIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INTERNAL DOSEN**



**PENDAMPINGAN PENGUATAN INTERNALISASI USAHA UNTUK**  
**MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK MAKANAN TRADISIONAL**  
**DAERAH BOJONEGORO PADA USAHA SERABI KETAN**

**Tim Pengusul:**

**Hartiningsih Astuti, S.E, M.M**  
**Joko Hadi Susilo, S.E., M.E**  
**Albert Prana Adiguna**  
**Dimas Surya Atmaja**

*Nomor Kontrak 037 / LPPM-PENGMAS / UB / V/ 2025*

*Dibiayai oleh:*

*Universitas Bojonegoro*

*Periode 2 Tahun Anggaran 2026/2027*

**UNIVERSITAS BOJONEGORO**

**2026**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN AKHIR PENGABDIAN PENDANAAN PERGURUAN TINGGI**

- 1. Judul Pengabdian** : Pendampingan Penguatan Internalisasi Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Makanan Tradisional Daerah Bojonegoro pada Usaha serabi ketan
- 2. Ketua**
- a. Nama Peneliti : Hartiningsih Astuti, S.E, M.M
  - b. NIDN : 07 2312 6202
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [Hartiningsihastuti23@gmail.com](mailto:Hartiningsihastuti23@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
- 3. Anggota 1**
- a. Nama Dosen : Joko Hadi Susilo, S.E., M.E
  - b. NIDN : 07 0706 9204
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [Jokohadisusilo92@gmail.com](mailto:Jokohadisusilo92@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Manajemenn
- Anggota 2**
- a. Nama Mahasiswa : Albert prana adiguna
  - b. NIM : 23602011014
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [albertprana@gmail.com](mailto:albertprana@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
- Anggota 3**
- a. Nama Mahasiswa : Dimas surya atmaja
  - b. NIM : 23602011037
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [dimas4230@gmail.com](mailto:dimas4230@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
4. Jangka Waktu Pengabdian : 6 Bulan
6. Lokasi Pengabdian : Trucuk-Bojonegoro
7. Dana Diusulkan : Rp. 2.000.000

**Mengetahui,**

Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Bojonegoro, 5 Februari 2026

Pengusul,

**Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.**  
NIDN 07 2108 8601

**Hartiningsih Astuti, S.E, M.M**  
NIDN. 07 2312 6202

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya supaya proposal pengabdian masyarakat berjudul “Pendampingan Penguatan Internalisasi Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Makanan Tradisional Daerah Bojonegoro pada Usaha Serabi Ketan” ini dapat disusun dengan baik. Proposal ini bertujuan memberikan pendampingan komprehensif kepada UMKM Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro, Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan daya saing produk melalui penguatan identitas usaha, perumusan nama usaha, pengembangan desain label, penyediaan elemen administratif seperti logo, stempel, dan kop surat, serta penetapan identitas digital melalui Google Maps. Seluruh komponen pendampingan tersebut diharapkan mampu mendukung peningkatan kualitas produk, profesionalisasi usaha, dan perluasan jangkauan pemasaran. Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan proposal ini dan berharap program yang direncanakan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi mitra UMKM maupun masyarakat sekitar.

Bojonegoro, 5 Februari 2026

Penulis

**HARTININGSIH ASTUTI, S.E, M.M**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Isu dan Fokus Pengabdian .....	1
1.2. Lokasi dan Mitra Pendampingan .....	5
<b>BAB II SOLUSI PERMASALAHAN</b>	
2.1. Solusi Permasalahan Pendampingan.....	7
2.2. Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan.....	7
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b>	
3.1. Teknik Pendampingan .....	11
3.2. Strategi Yang Digunakan.....	12
3.3. Tahapan Kegiatan .....	14
<b>BAB IV KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI</b>	
4.1. Kelayakan Perguruan Tinggi .....	21
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Profil Industri Kecil Menengah .....	23
5.2 Hasil Pendampingan .....	23
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel Tabel 5.1 Profil Serabi Ketan Bu Sri .....	23
--	----

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 5.2. Identifikasi Kondisi Awal Usaha .....	24
Gambar 5.2. Alamat Usaha pada Google Maps .....	24
Gambar 5.2. Logo Usaha .....	25
Gambar 5.2. banner promosi UMKM Serabi Ketan Bu Siti .....	26

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Pernyataan Kesanggupan Mitra  
Lampiran 2 Surat Permohonan Kepada Rektor

## ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro melalui rangkaian strategi yang terintegrasi. Upaya penguatan dilakukan dengan membangun identitas usaha yang lebih profesional, meningkatkan kualitas dan standardisasi produk, menata administrasi usaha, mendorong digitalisasi identitas merek, serta menerapkan pendampingan partisipatif sebagai pendekatan utama. Perancangan program diarahkan untuk menjawab berbagai permasalahan mitra, termasuk lemahnya branding, rendahnya konsistensi mutu produk, minimnya pencatatan administrasi, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital. Tahapan kegiatan meliputi proses identifikasi dan pemetaan kondisi mitra, penyusunan rencana intervensi, pelaksanaan pendampingan intensif, serta monitoring dan evaluasi untuk memastikan keberlanjutan hasil. Program ini menghasilkan peningkatan kapasitas manajerial pelaku usaha, terciptanya identitas merek yang lebih kuat, kualitas produk yang lebih terstandar, administrasi usaha yang tertib, serta eksistensi digital yang lebih optimal. Dampak tersebut memberikan peluang bagi UMKM mitra untuk meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, dan memperkuat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

**Kata Kunci:** UMKM, daya saing, digitalisasi usaha, branding, pendampingan partisipatif.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Isu dan Fokus Pengabdian**

Usaha Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu bentuk usaha kuliner tradisional yang memiliki potensi ekonomi lokal cukup besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam peningkatan daya saing. Permasalahan utama yang muncul adalah belum terbangunnya identitas usaha yang kuat serta keterbatasan pelaku UMKM dalam menerapkan praktik manajemen dan pemasaran modern. Identitas usaha yang tidak terdefinisi dengan baik menyebabkan produk sulit dikenali dan kurang memiliki diferensiasi dibandingkan dengan produk makanan lainnya di pasaran (Setyaningtyas et al, 2024).

Aspek administratif dan pemasaran masih lemah yang ditandai dengan belum adanya nama usaha yang baku, belum tersedianya logo, stempel, dan kop surat sebagai bagian dari kelengkapan administrasi usaha. Minimnya kualitas kemasan dan ketiadaan label produk juga berdampak pada rendahnya daya tarik visual serta kurangnya informasi produk yang dibutuhkan konsumen. Di era digital, usaha ini juga belum memiliki jejak identitas digital seperti Google Maps atau Google Business Profile sehingga sulit ditemukan oleh pelanggan yang mengandalkan pencarian online (Ibrahim et al, 2019)

Fokus pengabdian ini diarahkan pada penguatan internalisasi usaha melalui strategi peningkatan daya saing dan pemasaran. Fokus ini mencakup penyusunan identitas usaha secara komprehensif, mulai dari perumusan nama usaha, pembuatan logo dan stempel, hingga pengembangan label produk yang lebih informatif dan menarik. Pengabdian juga berfokus pada peningkatan kapasitas administratif usaha melalui penyusunan kop surat dan kelengkapan identitas usaha lain yang mendukung legalitas dan profesionalitas UMKM (Judijanto et al , 2025).

Penguatan pemasaran menjadi fokus penting melalui pendampingan dalam membangun identitas digital, khususnya pendaftaran usaha pada Google Maps serta pembuatan flyer digital untuk promosi. Dengan pendekatan ini, program pengabdian diharapkan mampu meningkatkan visibilitas produk serabi ketan, memperluas akses pasar, serta memperkuat posisi usaha dalam persaingan kuliner

lokal maupun regional. Pendekatan terstruktur ini juga diharapkan mampu meningkatkan keberlanjutan usaha sehingga kontribusinya terhadap ekonomi masyarakat semakin optimal (Ramadani et al, 2022).

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini didasarkan pada kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), seperti Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Selain itu, program ini sejalan dengan visi pengembangan ekonomi kreatif nasional melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang menekankan pelestarian produk tradisional sebagai bagian dari identitas budaya dan sumber pendapatan daerah. Di tingkat lokal, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bojonegoro juga mendorong inovasi UMKM untuk meningkatkan daya saing, sehingga pengabdian ini menjadi langkah strategis untuk mendukung agenda tersebut (Setyaningtyas et al, 2024).

Tantangan utama dalam pengabdian ini terletak pada lemahnya internalisasi manajemen usaha serta rendahnya kapasitas pemasaran yang dimiliki oleh UMKM Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro. Pelaku usaha masih mengandalkan pola produksi tradisional tanpa didukung sistem administrasi yang tertata, seperti identitas usaha, dokumentasi administrasi, maupun pencatatan keuangan. Selain itu, keterbatasan dalam pengembangan identitas visual seperti logo, label, dan kemasan menyebabkan produk kurang memiliki daya saing dibandingkan kuliner modern yang tampil lebih menarik dan informatif (Nova et al, 2025).

Minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, termasuk belum adanya keberadaan usaha pada platform digital dasar seperti Google Maps yang sebenarnya dapat meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas calon konsumen. Di sisi lain, pelaku usaha juga menghadapi keterbatasan pengetahuan dalam aspek standar kualitas produk, penyusunan konten promosi, dan konsistensi branding. Kondisi ini menuntut pendekatan pendampingan yang komprehensif, mencakup peningkatan identitas usaha, penguatan administratif, dan optimalisasi pemasaran

digital guna mendorong peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha (Astutik et al, 2024).

Isu utama dalam pengabdian kepada UMKM Serabi Ketan berangkat dari rendahnya kapasitas internalisasi manajemen usaha yang menyebabkan pelaku usaha belum mampu mengelola kegiatan produksi, administrasi, dan pemasaran secara optimal. Keterbatasan dalam pemahaman manajemen dasar, seperti pencatatan keuangan, perhitungan biaya produksi, dan perencanaan strategi usaha, mengakibatkan pelaku UMKM belum memiliki arah pengembangan bisnis yang terukur. Kondisi ini diperburuk oleh minimnya literasi digital dan manajemen identitas usaha, sehingga produk tradisional dengan potensi ekonomi yang kuat belum mampu bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif (Putri, 2024).

Persoalan mengenai identitas dan citra usaha menjadi isu penting yang perlu mendapat perhatian. Produk Serabi Ketan, meskipun memiliki nilai budaya dan cita rasa khas daerah, belum didukung oleh branding yang kuat, seperti nama usaha yang konsisten, label kemasan yang memenuhi standar, serta logo dan media administrasi yang profesional. Ketiadaan elemen identitas visual yang jelas menyebabkan produk sulit dikenal dan sukar dibedakan dari produk sejenis, sehingga peluang untuk memperluas pasar tidak dimanfaatkan secara optimal. Di era pasar modern, keberadaan identitas usaha yang kuat merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing dan memperkuat persepsi konsumen terhadap kualitas produk (Sidabutar et al, 2025).

Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran tradisional dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan konsumen sangat terbatas. Ketiadaan identitas digital, seperti penempatan usaha di Google Maps atau platform media sosial, menjadikan UMKM kurang terlihat di ruang digital yang sebenarnya dapat menjadi media pemasaran efektif dan berbiaya rendah. Padahal, konsumen saat ini semakin mengandalkan pencarian digital untuk menemukan produk kuliner lokal. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas digital marketing merupakan kebutuhan mendesak untuk meningkatkan visibilitas dan keberlanjutan usaha (Putri, 2024).

Program pengabdian ini berfokus pada upaya penguatan internalisasi usaha bagi UMKM Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro, melalui pengembangan aspek-aspek fundamental yang mendukung peningkatan daya saing produk. Fokus utama diarahkan pada pembentukan identitas usaha yang kuat sebagai langkah awal dalam membangun citra dan kepercayaan konsumen. Penguatan identitas ini mencakup penetapan nama usaha, perancangan logo, pembuatan label produk, serta penyusunan elemen administratif seperti kop surat dan stempel. Identitas usaha yang jelas dan profesional diharapkan mampu meningkatkan visibilitas produk dan menempatkan UMKM dalam posisi yang lebih kompetitif (Diningrat et al, 2025).

Pengabdian ini juga berfokus pada perbaikan kualitas produk dan standar proses produksi. Upaya ini meliputi pengembangan desain label informatif, peningkatan tampilan kemasan, serta penyusunan standar operasional prosedur (SOP) sederhana yang dapat mendukung konsistensi rasa, kualitas, dan higienitas produk. Penguatan aspek kualitas ini penting untuk memastikan bahwa Serabi Ketan tidak hanya memiliki nilai tradisional, tetapi juga memenuhi preferensi konsumen masa kini yang menuntut keamanan pangan, estetika kemasan, dan mutu produk yang stabil (Rahman et al, 2025).

Fokus berikutnya terletak pada penguatan kapasitas pemasaran, terutama melalui integrasi usaha ke dalam platform digital. Pendampingan difokuskan pada pembuatan profil Google Maps atau Google Business Profile untuk meningkatkan keterjangkauan informasi usaha oleh masyarakat luas. Penguatan pemasaran digital juga bertujuan memperluas jaringan konsumen dan meningkatkan daya saing UMKM dalam ekosistem pasar yang semakin terdigitalisasi. Dengan adanya identitas digital, UMKM dapat meningkatkan aksesibilitas informasi, meningkatkan peluang penjualan, dan memperkuat eksistensi sebagai pelaku usaha lokal yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Rofiq et al, 2023).

Program pengabdian ini memberikan manfaat substantif bagi pelaku UMKM Serabi Ketan melalui peningkatan kapasitas manajerial dan penguatan internalisasi usaha. Pendampingan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek teknis

produksi, tetapi juga pada penguatan sistem tata kelola usaha, mulai dari pencatatan keuangan sederhana, perencanaan produksi, hingga pengembangan identitas bisnis. Melalui proses tersebut, mitra diharapkan memiliki kemampuan manajerial yang lebih baik, sehingga mampu menjalankan usaha secara lebih terarah, efisien, dan berkelanjutan. Dengan demikian, program ini memberikan manfaat strategis dalam membangun fondasi tata kelola UMKM yang lebih modern dan adaptif.

Dilihat dari peningkatan daya saing produk melalui inovasi kemasan, label, branding, serta strategi pemasaran berbasis digital. Produk Serabi Ketan yang sebelumnya dipasarkan secara konvensional memperoleh nilai tambah melalui desain kemasan yang lebih menarik dan informatif, serta melalui identitas visual usaha yang lebih kuat. Kehadiran branding yang terstruktur ini akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, pemanfaatan platform digital seperti Google Maps dan media sosial memungkinkan pelaku usaha memperluas akses pemasaran secara lebih efektif dan terukur (Nastiti et al, 2024).

Program pengabdian ini memberikan manfaat pada aspek peningkatan mutu dan standardisasi produk. Penyusunan SOP produksi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman keberlanjutan usaha, tetapi juga sebagai instrumen untuk menjaga konsistensi rasa, ukuran, kebersihan, serta kualitas keseluruhan produk. Standardisasi ini menjadi elemen penting bagi UMKM untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi produk di pasar lokal maupun regional. Dengan adanya SOP yang terimplementasi, UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk melakukan ekspansi usaha dan memenuhi persyaratan legalitas seperti PIRT di masa mendatang (Aspri et al, 2025).

Dari sisi sosial-ekonomi, program pengabdian ini berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan mitra melalui peningkatan pendapatan dan peluang kerja. Ketika daya saing produk meningkat dan jangkauan pasar semakin luas, potensi pertumbuhan ekonomi lokal juga ikut berkembang. UMKM Serabi Ketan tidak hanya berperan sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai agen pelestari budaya kuliner tradisional Bojonegoro. Pelestarian ini memberikan manfaat jangka

panjang bagi keberlanjutan identitas budaya daerah dan meningkatkan nilai ekonomi berbasis kearifan lokal (Fatah & Nabilah, 2025).

## **1.2 Lokasi Pendampingan**

Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi berbasis kerakyatan, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Wilayah ini didominasi oleh kegiatan ekonomi masyarakat yang bersifat tradisional, termasuk produksi makanan khas daerah. Salah satu UMKM yang berkembang di wilayah ini adalah usaha Serabi Ketan, yang telah menjadi bagian dari identitas kuliner lokal Bojonegoro. Meskipun memiliki potensi budaya dan ekonomi yang kuat, UMKM ini masih menghadapi berbagai persoalan yang memerlukan intervensi pendampingan secara sistematis dan terarah.

Lokasi pendampingan terletak di lingkungan masyarakat yang mayoritas menggantungkan pendapatan pada aktivitas kewirausahaan skala rumahan. Letak geografis Kecamatan Trucuk yang tidak terlalu jauh dari pusat kota Bojonegoro memberikan peluang bagi UMKM lokal untuk berkembang, namun akses terhadap informasi, teknologi, dan inovasi masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menjadikan wilayah ini relevan sebagai locus kegiatan pengabdian, terutama dalam upaya memperkuat kapasitas manajemen usaha dan meningkatkan daya saing produk tradisional.

UMKM Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk merupakan representasi usaha kuliner tradisional yang mempertahankan metode produksi turun-temurun, namun belum sepenuhnya mampu menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan pasar modern. Keterbatasan dalam aspek branding, pengemasan, pemasaran digital, dan standarisasi produk membuat posisi kompetitif UMKM ini masih lemah. Oleh karena itu, pemilihan lokasi ini bukan hanya didasarkan pada keberadaan potensi ekonomi lokal, tetapi juga pada identifikasi kebutuhan nyata yang dapat dijawab melalui kegiatan pendampingan akademik berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi.

Masyarakat di wilayah ini memiliki karakteristik komunal yang kuat dan terbuka terhadap proses pembinaan. Hal ini menjadi modal penting bagi

keberhasilan program pendampingan, karena memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan secara efektif antara tim pengabdian dan pelaku usaha. Selain itu, keberadaan UMKM kuliner tradisional seperti Serabi Ketan juga memberikan nilai tambah budaya yang penting untuk dilestarikan melalui pendekatan pengembangan berbasis potensi lokal (local wisdom-based development). Dengan demikian, lokasi pendampingan ini sangat strategis sebagai ruang implementasi kegiatan pengabdian yang berorientasi pada penguatan kapasitas UMKM sekaligus pelestarian kearifan lokal.

## **BAB II**

### **SOLUSI PERMASALAHAN**

#### **2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan**

Upaya pendampingan pada UMKM makanan tradisional, khususnya serabi ketan, merupakan langkah strategis untuk mengatasi berbagai tantangan pengelolaan usaha, inovasi produk, dan pemasaran yang masih terbatas. Melalui program pendampingan yang terstruktur, pelaku UMKM dapat memperoleh pelatihan manajemen usaha, workshop inovasi produk, dan pendampingan dalam pengemasan produk sehingga mampu meningkatkan kualitas daya saing usaha mereka secara signifikan. Metode yang diterapkan dalam pendampingan meliputi tahapan persiapan, pelaksanaan kegiatan, evaluasi, dan pelaporan secara berkala agar proses penguatan usaha berlangsung optimal dan terukur.

Solusi konkret untuk meningkatkan identitas dan pemasaran usaha serabi ketan dapat dilakukan dengan membantu pelaku usaha dalam merumuskan nama usaha yang menarik, memperkuat identitas visual melalui pembuatan flyer, label dan logo, serta memberikan pelatihan pembuatan kop surat dan penentuan lokasi usaha di platform digital seperti Google Maps. Pendampingan seperti ini telah terbukti mampu meningkatkan pendapatan peserta dan memperluas akses pasar, sebagaimana hasil beberapa program serupa yang diterapkan pada UMKM makanan tradisional di wilayah lain. Selain itu, keterlibatan komunitas lokal dan pemanfaatan keterampilan tradisional menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan keberlanjutan dan daya saing produk.

#### **2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan**

##### **1. Riset Terdahulu**

Penelitian oleh Santoso dan Putri (2021) menyoroti pentingnya penguatan identitas usaha UMKM melalui media visual seperti flyer dan logo untuk meningkatkan daya saing produk tradisional. Studi ini menunjukkan bahwa pembuatan flyer yang efektif dapat memperkenalkan nama dan ciri khas usaha secara lebih kuat kepada pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas dan pengenalan merek.

Menurut Rahmawati (2020), perumusan nama usaha yang tepat merupakan salah satu strategi pemasaran penting untuk UMKM makanan khas daerah. Nama yang mudah diingat dan mencerminkan nilai budaya lokal dapat membantu pengusaha menarik perhatian konsumen dan membangun citra yang positif serta berkelanjutan.

Studi yang dilakukan oleh Nugroho et al. (2019) mengungkapkan bahwa penguatan kualitas produk melalui desain label yang menarik mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan nilai jual produk makanan tradisional. Label yang informatif dan estetis memberikan kesan profesional dan menarik minat pembeli lebih luas.

Penelitian oleh Iskandar (2018) membahas penguatan aspek administratif pada UMKM, seperti penggunaan logo dan stempel resmi. Hal ini tidak hanya meningkatkan legitimasi usaha di mata pelanggan tetapi juga membantu dalam pengelolaan internal dan dokumentasi usaha yang lebih rapi.

Menurut Sari dan Hidayat (2022), pembuatan kop surat sebagai bagian dari administrasi usaha memberikan dampak positif pada komunikasi formal dan kemudahan kerja sama dengan instansi lain. Kop surat yang mencantumkan data dan identitas usaha memperkuat profesionalisme UMKM dan meningkatkan kepercayaan mitra bisnis.

Penelitian oleh Ramadhan (2021) mengemukakan bahwa penentuan identitas usaha melalui pendaftaran dan keberadaan di Google Maps terbukti meningkatkan visibilitas usaha secara signifikan. Dengan adanya penandaan lokasi usaha secara digital, proses pemasaran dan penjangkauan ke pasar menjadi lebih efektif dan mudah diakses oleh konsumen.

Studi oleh Lestari dan Pratama (2017) menegaskan pentingnya internalisasi nilai-nilai usaha dalam meningkatkan performa UMKM. Pendampingan yang fokus pada aspek etos kerja dan manajemen usaha dapat memperkuat motivasi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Penelitian terbaru oleh Wulandari (2023) menyoroti efek positif integrasi pemasaran digital pada UMKM makanan tradisional. Penggunaan media sosial dan

platform digital bukan hanya memperluas pasar tetapi juga menguatkan brand identity yang mendukung pemasaran flyer dan produk fisik.

Peningkatan daya saing produk makanan tradisional tidak hanya bergantung pada kualitas produk tetapi juga pada pengelolaan administrasi yang baik dan strategi pemasaran yang terpadu. Pendampingan yang komprehensif meliputi aspek identitas visual, administratif, dan digital menjadi kunci sukses pengembangan UMKM (Suyanto, 2019)

## **2. Teori Yang Relevan**

Internalisasi usaha merupakan proses penguatan elemen internal UMKM agar mampu menjalankan fungsi bisnis secara berkelanjutan, efisien, dan kompetitif. Menurut teori internalisasi usaha, UMKM perlu membangun fondasi internal yang mencakup identitas usaha, administrasi, sistem dokumentasi, dan strategi organisasi sederhana. Proses ini penting karena mayoritas UMKM pangan tradisional di Indonesia masih beroperasi secara informal sehingga sering kali tidak memiliki struktur kerja, branding, ataupun sistem manajemen dasar.

Penguatan internalisasi usaha membantu UMKM memiliki arah bisnis yang jelas, meningkatkan profesionalitas, serta mempermudah akses pasar dan kemitraan strategis. Dalam konteks Serabi Ketan Bojonegoro, internalisasi usaha meliputi perumusan identitas usaha, penataan administrasi, pembuatan alat branding seperti logo dan kop surat, serta dokumentasi usaha untuk menunjang kredibilitas.

Teori daya saing UMKM menjelaskan bahwa kemampuan sebuah usaha untuk bertahan dan berkembang sangat dipengaruhi oleh kualitas produk, diferensiasi, identitas merek, serta daya tarik visual pemasaran. Produk makanan tradisional umumnya memiliki nilai budaya yang tinggi, namun sering kali kalah bersaing dari sisi kemasan, branding, dan konsistensi mutu.

Teori Porter mengenai competitive advantage juga menekankan bahwa keunggulan usaha dapat dibangun melalui diferensiasi produk, misalnya melalui desain label, pengemasan higienis, atau branding khas daerah. Pendampingan pada UMKM Serabi Ketan dapat memperkuat daya saing melalui penyusunan nama usaha yang khas, desain label yang profesional, serta identitas visual yang menonjolkan kekhasan Bojonegoro.

Branding pada UMKM pangan tidak hanya berfungsi sebagai penanda produk, tetapi juga representasi nilai, kualitas, dan keunikan daerah. Teori branding menekankan bahwa konsumen lebih mudah mengingat dan mempercayai produk yang memiliki identitas visual yang konsisten seperti logo, label, dan tagline. Untuk produk tradisional, branding lokal menjadi strategi penting untuk mempertahankan budaya sekaligus meningkatkan nilai jual.

Google Maps, flyer usaha, dan media sosial merupakan alat branding modern yang sangat relevan bagi UMKM. Dengan memetakan lokasi usaha pada Google Maps, UMKM dapat meningkatkan visibilitas digital, mempermudah pelanggan menemukan lokasi, dan memperkuat reputasi usaha. Pendekatan ini sejalan dengan teori digital presence, yang menegaskan bahwa keberadaan digital merupakan faktor penting dalam pemasaran modern.

Produk pangan tradisional memiliki nilai ekonomi dan budaya yang besar, namun sering menghadapi tantangan profesionalisme dalam pengolahan, pengemasan, dan pemasaran. Teori pengembangan produk pangan tradisional menekankan pentingnya menjaga cita rasa dan keaslian, sambil meningkatkan kualitas visual dan keamanan produk. Label kemasan yang informatif, menarik, dan sesuai standar sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Penguatan desain kemasan pada usaha Serabi Ketan akan meningkatkan persepsi kualitas dan memperluas peluang pemasaran, baik secara offline maupun online.

Teori pemberdayaan menjelaskan bahwa penguatan kapasitas UMKM dilakukan melalui pendampingan yang bersifat partisipatif, di mana pelaku usaha terlibat langsung dalam proses perumusan identitas, pembuatan materi branding, hingga pengelolaan administrasi usaha. Pendampingan bukan hanya transfer ilmu, tetapi juga peningkatan kemandirian usaha. Dalam konteks pengabdian masyarakat, pendekatan pemberdayaan mendukung transformasi UMKM agar tidak hanya menerima bantuan, tetapi mampu mengimplementasikan keterampilan dan struktur usaha yang lebih baik secara mandiri.

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **3.1 Teknik Pendampingan**

##### **1. Pendampingan Observasi**

Pendampingan observasi merupakan tahap awal dalam proses pengabdian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi riil usaha serabi ketan di Bojonegoro. Observasi dilakukan secara langsung terhadap kegiatan produksi, manajemen usaha, sarana prasarana, serta pola pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM. Melalui pendekatan ini, tim pendamping dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan dan potensi yang dimiliki pelaku usaha, seperti keterbatasan peralatan produksi, kurangnya efisiensi, maupun peluang inovasi pada produk dan kemasan. Hasil observasi lapangan menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi intervensi yang tepat sasaran. Dengan demikian, kegiatan pendampingan dapat berjalan sesuai kebutuhan dan karakteristik lokal masyarakat pengusaha serabi ketan Bojonegoro.

##### **2. Pendampingan Wawancara**

Pendampingan wawancara dilakukan untuk menggali informasi mendalam mengenai pengalaman, persepsi, serta kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM serabi ketan dalam menjalankan usahanya. Wawancara dilakukan secara terarah dengan pemilik usaha, karyawan, dan pihak terkait seperti distributor atau pelanggan setia. Proses ini bertujuan untuk memahami secara holistik aspek manajerial, produksi, dan pemasaran dari perspektif pelaku usaha sendiri. Selain itu, wawancara juga membuka ruang bagi pelaku UMKM untuk menyampaikan aspirasi, ide, serta harapan terhadap bentuk dukungan yang diperlukan. Pendekatan ini membantu tim pendamping membangun hubungan interpersonal yang baik dan menumbuhkan kepercayaan, sehingga komunikasi dalam proses pendampingan menjadi lebih efektif dan berkelanjutan.

##### **3. Pendampingan Sosial**

Pendampingan sosial diarahkan untuk membangun kesadaran kolektif, solidaritas, dan etos kerja sama di antara pelaku UMKM serabi ketan dan masyarakat sekitarnya. Dalam kegiatan ini, tim pendamping berperan sebagai

fasilitator sosial yang mendorong terbentuknya komunitas usaha yang saling mendukung dan berorientasi pada pengembangan bersama. Pendekatan sosial ini melibatkan diskusi kelompok, kegiatan bersama, dan pembinaan nilai-nilai gotong royong, etika bisnis, serta tanggung jawab sosial dalam menjalankan usaha. Melalui pendampingan sosial, pelaku UMKM tidak hanya diarahkan untuk berkembang secara ekonomi, tetapi juga diberdayakan sebagai agen perubahan sosial yang menjaga nilai-nilai budaya dan memperkuat ekonomi kreatif berbasis lokalitas Bojonegoro.

#### **4. Pendampingan Sosialisasi**

Pendampingan sosialisasi pada UMKM Serabi Ketan Bojonegoro merupakan tahap penting dalam proses pemberdayaan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap konsep-konsep fundamental pengelolaan bisnis dan penguatan identitas usaha. Sosialisasi dilakukan melalui penyampaian materi secara komunikatif, interaktif, dan partisipatif sehingga pelaku UMKM tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mampu mendiskusikan kebutuhan, kendala, serta peluang pengembangan usaha mereka. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diperkenalkan pada pentingnya branding, administrasi usaha, legalitas sederhana, serta strategi pemasaran modern seperti penggunaan media digital dan Google Maps. Pendampingan sosialisasi berfungsi sebagai jembatan awal untuk membangun kesadaran usaha (business awareness) sehingga pelaku UMKM lebih siap dalam mengikuti tahap pendampingan lanjutan seperti perumusan identitas usaha, pembuatan materi promosi, dan penguatan kualitas produk.

#### **5. Pendampingan Partisipasi**

Pendampingan partisipatif pada UMKM Serabi Ketan Bojonegoro dilakukan dengan menempatkan pelaku usaha sebagai subjek utama yang terlibat aktif dalam setiap proses penguatan internalisasi usaha. Pendampingan ini berorientasi pada kolaborasi, di mana pendamping dan pelaku UMKM saling berbagi gagasan, pengalaman, serta menentukan langkah prioritas secara bersama. Melalui pendekatan partisipatif, pelaku UMKM diberi ruang untuk mengidentifikasi kebutuhan internal mereka sendiri, seperti kebutuhan perbaikan

identitas usaha, penyusunan administrasi sederhana, atau pengembangan materi promosi. Model pendampingan ini terbukti lebih efektif karena mendorong rasa memiliki (sense of ownership) terhadap perubahan yang dilakukan, meningkatkan motivasi dalam menerapkan hasil pendampingan, serta memperkuat kemampuan UMKM untuk mengelola bisnis secara mandiri dan berkelanjutan.

### **3.2 Strategi Yang Digunakan**

#### **1. Penguatan Identitas dan Branding Usaha**

Penguatan identitas usaha merupakan strategi awal yang penting dalam meningkatkan daya saing UMKM Serabi Ketan. Identitas usaha yang jelas dan konsisten tidak hanya menciptakan citra profesional, tetapi juga memudahkan konsumen mengenali produk. Pada pendampingan ini, penguatan identitas usaha dilakukan melalui perumusan nama usaha, pembuatan logo, penyusunan flyer, serta pengembangan elemen visual lainnya yang merepresentasikan karakter produk lokal. Kegiatan ini dirancang untuk membantu mitra memiliki identitas usaha yang terstruktur, komunikatif, dan mudah diingat sehingga mampu mendukung keberlanjutan pemasaran produk dalam jangka panjang.

#### **2. Pengembangan Kualitas Produk dan Kemasan**

Perbaikan kualitas produk bertujuan untuk meningkatkan nilai jual dan daya tarik Serabi Ketan sebagai makanan tradisional khas Bojonegoro. Strategi ini mencakup pengembangan desain label kemasan, penyesuaian standar rasa, peningkatan higienitas produksi, serta kajian terkait preferensi konsumen. Pendampingan diarahkan pada upaya memperkuat mutu produk agar sesuai standar pangan dan lebih kompetitif dibanding kuliner sejenis. Dengan memperhatikan aspek estetika, keamanan pangan, dan konsistensi kualitas, UMKM diharapkan mampu menghadirkan produk yang tidak hanya bertahan di pasar lokal, tetapi juga mampu bersaing secara lebih luas, termasuk di platform digital dan pasar modern.

#### **3. Penguatan Administrasi dan Legalitas Usaha**

Penguatan administrasi menjadi strategi krusial dalam mewujudkan tata kelola usaha yang lebih terstruktur dan profesional. Melalui kegiatan pengabdian ini, mitra dibekali kemampuan menyusun dokumen administrasi dasar seperti kop surat, stempel usaha, serta format surat-menyurat yang sesuai standar. Administrasi

usaha yang baik tidak hanya mempermudah komunikasi dengan pihak eksternal, tetapi juga mendukung proses legalitas, kemitraan, dan kerjasama bisnis. Dengan adanya administrasi yang rapi dan terdokumentasi, UMKM dapat menunjukkan akuntabilitas yang lebih tinggi sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen maupun pihak mitra.

#### **4. Digitalisasi Identitas Usaha**

Digitalisasi identitas usaha merupakan strategi yang ditujukan untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM melalui platform digital. Melalui kegiatan ini, mitra didampingi dalam pendaftaran dan pengelolaan profil usaha di Google Maps/Google Business Profile, sehingga usaha Serabi Ketan lebih mudah ditemukan oleh konsumen secara online. Selain itu, pendampingan meliputi penyusunan konten digital sederhana yang mencakup gambar produk, deskripsi, dan informasi kontak. Strategi digitalisasi ini diharapkan menjadi pintu masuk bagi UMKM untuk mengembangkan pemasaran berbasis teknologi, meningkatkan visibilitas usaha, serta memudahkan konsumen mendapatkan informasi secara cepat dan akurat.

#### **5. Pendampingan Berbasis Partisipatif**

Pendampingan partisipatif dirancang untuk memastikan proses pemberdayaan UMKM berlangsung secara kolaboratif dan berkelanjutan. Model ini menempatkan pelaku usaha sebagai mitra aktif yang terlibat dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga implementasi solusi. Pendekatan partisipatif memungkinkan mitra memahami kebutuhan usahanya secara lebih mendalam dan mengembangkan kemampuan untuk mengelola perubahan yang terjadi. Melalui dialog, pelatihan, dan praktik langsung, strategi ini membantu membangun rasa kepemilikan mitra terhadap hasil pendampingan, sehingga solusi yang dihasilkan tidak hanya bersifat sementara, tetapi juga dapat diadopsi dalam pengelolaan usaha jangka panjang.

### **3.3 Tahapan Kegiatan**

#### **1. Persiapan Pendampingan**

Persiapan pendampingan merupakan tahap fundamental dalam memastikan bahwa program pengabdian dapat dilaksanakan secara efektif, terarah, dan sesuai

kebutuhan mitra. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan identifikasi awal terhadap kondisi UMKM Serabi Ketan melalui observasi lapangan, wawancara, dan pengumpulan informasi mengenai proses produksi, tata kelola usaha, strategi pemasaran, serta kapasitas sumber daya yang dimiliki oleh pelaku usaha. Pengumpulan data tersebut bertujuan untuk memperoleh gambaran utuh mengenai tantangan, peluang, dan kondisi aktual UMKM, sehingga program pendampingan yang dirancang mampu memberikan solusi yang relevan, aplikatif, dan berkelanjutan.

Persiapan pendampingan juga mencakup analisis kebutuhan (needs assessment) yang dilakukan untuk memetakan aspek-aspek prioritas yang harus diperkuat, seperti identitas usaha, kualitas produk, administrasi usaha, dan digitalisasi pemasaran. Analisis ini dilakukan melalui diskusi terarah dengan pemilik usaha untuk menggali pengalaman, kendala operasional, serta harapan mereka terhadap program pendampingan. Hasil analisis kebutuhan kemudian menjadi dasar dalam menyusun rencana kegiatan yang sistematis, termasuk strategi, metode pendampingan, dan indikator keberhasilan yang akan dicapai.

Tahap persiapan juga melibatkan penyusunan perangkat pendukung yang diperlukan untuk pelaksanaan program, seperti modul pelatihan, instrumen asesmen, materi workshop, serta rancangan tools branding atau digital marketing. Tim pengabdian menyesuaikan seluruh perangkat ini dengan konteks UMKM lokal, sehingga materi yang diberikan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi dapat diaplikasikan langsung oleh pelaku usaha. Persiapan logistik dan koordinasi jadwal dengan mitra juga dilakukan untuk memastikan kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan mendapatkan partisipasi optimal dari seluruh pihak terkait.

Persiapan pendampingan juga mencakup penyusunan kerangka monitoring dan evaluasi awal yang digunakan untuk mengukur perkembangan mitra selama kegiatan berlangsung. Kerangka ini dirancang untuk memberikan umpan balik berkala serta memastikan bahwa setiap tahapan pendampingan memberikan dampak nyata bagi peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM. Dengan persiapan yang matang, program pengabdian diharapkan dapat mencapai sasaran

strategis secara optimal serta memberikan kontribusi langsung bagi penguatan usaha Serabi Ketan sebagai produk kuliner tradisional unggulan di Bojonegoro.

## **2. identifikasi dan pemetaan permasalahan mitra**

Identifikasi dan pemetaan permasalahan mitra merupakan tahap fundamental dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, karena langkah ini menentukan arah, kedalaman, dan relevansi intervensi yang akan diberikan kepada UMKM Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro. Proses identifikasi dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, serta analisis dokumen dan praktik usaha yang telah dijalankan. Melalui pendekatan ini, diperoleh gambaran komprehensif mengenai kondisi aktual usaha, termasuk aspek manajerial, produksi, pemasaran, dan kapasitas kelembagaan yang memengaruhi perkembangan bisnis mitra.

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa mitra menghadapi sejumlah tantangan yang bersifat multidimensi. Pada aspek identitas usaha, UMKM belum memiliki branding yang jelas, termasuk nama usaha, logo, dan identitas visual yang konsisten. Kondisi ini berdampak pada rendahnya tingkat pengenalan produk oleh konsumen dan terbatasnya jangkauan pemasaran. Pada aspek kualitas produk, ditemukan bahwa inovasi rasa, kemasan, dan standardisasi produksi masih belum terkelola secara optimal, sehingga memengaruhi daya saing di pasar. Selain itu, pencatatan administrasi usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum mengikuti standar administrasi UMKM, sehingga menyulitkan perencanaan usaha, evaluasi biaya, dan pengembangan usaha dalam jangka panjang.

Pada aspek digitalisasi usaha, pemanfaatan teknologi informasi oleh mitra masih sangat terbatas. Usaha belum memiliki identitas digital seperti akun Google Maps, media sosial usaha, atau sarana pemasaran digital lainnya yang dapat memperluas jangkauan pasar. Hal ini menghambat peluang usaha dalam menghadapi persaingan modern yang semakin mengandalkan platform digital sebagai sarana promosi. Sementara itu, dari aspek partisipatif, pemilik usaha menunjukkan komitmen tinggi untuk berkembang, namun masih membutuhkan pendampingan terarah agar mampu menginternalisasi pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam pengelolaan bisnis yang berkelanjutan.

Melalui pemetaan permasalahan tersebut, tim pengabdian dapat merumuskan rancangan intervensi yang lebih akurat, terukur, dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Pemetaan yang komprehensif ini juga menjadi dasar dalam menentukan prioritas program, strategi pendampingan, serta indikator keberhasilan yang realistis. Dengan demikian, proses identifikasi dan pemetaan masalah tidak hanya berfungsi sebagai langkah awal, tetapi menjadi fondasi strategis dalam memastikan efektivitas dan keberlanjutan program pengabdian pada UMKM Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk.

### **3. Perencanaan Program**

Perencanaan program dalam pengabdian ini disusun berdasarkan hasil identifikasi awal mengenai kebutuhan dan permasalahan mitra, sehingga setiap langkah yang dirancang relevan dan tepat sasaran. Tahap perencanaan dimulai dengan menetapkan tujuan pendampingan yang berfokus pada peningkatan daya saing melalui penguatan identitas usaha, perbaikan kualitas produk, penguatan administrasi, digitalisasi identitas usaha, serta penguatan kapasitas mitra melalui pendekatan partisipatif. Selanjutnya, tim menyusun rancangan kegiatan yang sistematis, mencakup pelatihan teknis, workshop, pembuatan media branding, asistensi digital, serta penyusunan standar operasional yang mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Setiap rencana kegiatan disusun dengan mempertimbangkan kondisi mitra, ketersediaan sumber daya, serta realistis untuk diimplementasikan dalam jangka waktu pengabdian.

Perencanaan program mencakup penyusunan indikator keberhasilan untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan dapat dievaluasi secara objektif dan terukur. Indikator tersebut meliputi perubahan identitas usaha, peningkatan kualitas produk, tersusunnya dokumen administrasi usaha, meningkatnya eksposur digital, serta keterlibatan aktif mitra dalam setiap proses pendampingan. Tim pengabdian juga menentukan metode evaluasi dan monitoring untuk memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai rencana dan dapat dilakukan penyesuaian bila diperlukan. Dengan perencanaan yang matang dan berbasis kebutuhan mitra, diharapkan program pengabdian ini mampu menghasilkan dampak yang signifikan bagi keberlanjutan dan daya saing UMKM Serabi Ketan.

#### **4. Pelaksanaan Pendampingan**

Pelaksanaan pendampingan diawali dengan proses engagement aktif antara tim pengabdian dan mitra UMKM untuk membangun hubungan kerja yang kolaboratif. Pada tahap ini, tim memberikan penjelasan mengenai tujuan program, ruang lingkup kegiatan, serta manfaat yang akan diperoleh mitra melalui pendampingan yang terstruktur. Kegiatan awal juga mencakup penyelarasan harapan antara tim pendamping dan pelaku usaha, sehingga proses pendampingan dapat berjalan dalam kerangka kerja yang jelas dan saling menguatkan. Selain itu, koordinasi teknis seperti penjadwalan kegiatan, penentuan lokasi pelatihan, dan pengaturan kebutuhan operasional dilakukan untuk memastikan kelancaran implementasi di lapangan.

Tahap berikutnya berfokus pada pemberian pelatihan, bimbingan teknis, dan pendampingan intensif sesuai aspek-aspek yang telah dirumuskan, meliputi penguatan identitas usaha, perbaikan kualitas produk, penguatan administrasi, digitalisasi identitas usaha, serta pendampingan partisipatif. Pelatihan diberikan dalam bentuk workshop, demonstrasi langsung, serta praktik bersama mengenai pembuatan logo, desain label, penyusunan kop surat, serta pengembangan kemasan yang lebih menarik dan higienis. Pada saat yang sama, tim pendamping juga membantu produksi konten digital sederhana dan memberikan panduan penggunaan platform digital, termasuk Google Business Profile, sebagai sarana perluasan jangkauan pemasaran. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara bertahap agar mitra dapat memahami, mengadaptasi, dan mengintegrasikan pembelajaran ke dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Pelaksanaan pendampingan ditutup dengan fase pendampingan lanjutan dan evaluasi terhadap tingkat keberhasilan program. Tim pengabdian melakukan monitoring penerapan materi pendampingan, termasuk konsistensi penggunaan identitas usaha, kualitas produk yang dihasilkan, serta efektivitas pemasaran digital yang telah diterapkan mitra. Perbaikan-perbaikan kecil dilakukan secara kontinu berdasarkan hasil evaluasi tersebut. Selain itu, tim menyusun rekomendasi pengembangan jangka panjang untuk memastikan keberlanjutan penguatan usaha serabi ketan, serta menyusun laporan dokumentasi sebagai bukti pelaksanaan

kegiatan. Dengan demikian, keseluruhan proses pendampingan tidak hanya memberikan peningkatan kapasitas sesaat, tetapi juga membangun fondasi penguatan usaha yang lebih berkelanjutan bagi mitra UMKM.

## **5. Monitoring dan Evaluasi**

Monitoring dan evaluasi dalam program pendampingan UMKM Serabi Ketan dilaksanakan secara sistematis untuk memastikan bahwa setiap tahapan kegiatan berjalan sesuai rencana dan mencapai output yang ditargetkan. Monitoring dilakukan secara berkala selama proses pendampingan, meliputi pengamatan terhadap penerapan strategi penguatan identitas usaha, perbaikan kualitas produk, penguatan administrasi, serta digitalisasi identitas usaha. Proses ini melibatkan pengumpulan data lapangan melalui observasi langsung, wawancara singkat dengan mitra, serta dokumentasi perkembangan yang tampak pada perubahan perilaku usaha, kualitas produk, dan efektivitas media promosi. Hasil monitoring kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi kendala yang muncul dan menentukan langkah perbaikan yang diperlukan pada tahap berikutnya.

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas keseluruhan program dan mengukur sejauh mana tujuan pengabdian dapat dicapai. Evaluasi formatif dilakukan pada saat kegiatan berlangsung untuk mengetahui peningkatan pemahaman mitra terhadap materi pendampingan, seperti pentingnya branding, manajemen administrasi, dan pemanfaatan digital marketing. Sementara itu, evaluasi sumatif dilakukan pada akhir program untuk mengukur dampak kegiatan terhadap peningkatan daya saing UMKM, termasuk perubahan pada kualitas produk, kerapihan administrasi, keterlibatan mitra dalam platform digital, dan tingkat keberlanjutan praktik yang telah diajarkan. Evaluasi ini menggunakan indikator yang telah disepakati, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

Hasil monitoring dan evaluasi kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun rekomendasi tindak lanjut yang dapat dilakukan oleh mitra maupun oleh tim pengabdian pada program lanjutan. Rekomendasi ini mencakup strategi peningkatan yang lebih spesifik, seperti penguatan konsistensi merek, pemeliharaan kualitas produk melalui SOP yang lebih ketat, serta optimalisasi penggunaan media digital untuk pemasaran jangka panjang. Selain itu, laporan evaluasi juga menjadi

dasar pelaporan akademik yang diperlukan untuk publikasi ilmiah maupun pengembangan model pendampingan bagi UMKM lainnya. Dengan demikian, monitoring dan evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai alat kontrol, tetapi juga sebagai instrumen perbaikan berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas dan keberlanjutan UMKM mitra.

## **6. Tahapan Akhir Pendampingan**

Tahapan akhir dalam kegiatan pengabdian ini difokuskan pada proses penyelesaian program serta pemantapan hasil pendampingan yang telah diberikan kepada mitra UMKM Serabi Ketan di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan konsolidasi seluruh kegiatan dan capaian yang telah dihasilkan, meliputi penguatan identitas usaha, perbaikan kualitas produk, penguatan administrasi, digitalisasi identitas usaha, serta implementasi pendampingan partisipatif. Setiap luaran yang telah dicapai, baik berupa dokumen, desain identitas visual, SOP produksi, akun digital, maupun peningkatan kapasitas mitra, diverifikasi dan disinkronkan untuk memastikan bahwa seluruh program berjalan sesuai dengan tujuan awal yang telah dirumuskan. Proses konsolidasi ini penting untuk menegaskan koherensi antara rencana kegiatan dan capaian akhir program.

Penyusunan laporan akhir pengabdian yang berfungsi sebagai dokumen resmi dan komprehensif mengenai seluruh rangkaian kegiatan pendampingan. Laporan akhir disusun berdasarkan data empiris yang diperoleh selama pelaksanaan program, termasuk catatan kegiatan, hasil evaluasi, dokumentasi visual, serta perubahan yang terjadi pada aspek manajerial, pemasaran, dan kualitas produk mitra. Penyusunan laporan dilakukan dengan pendekatan sistematis dan analitis sehingga mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai dampak program terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM. Dokumen ini sekaligus menjadi dasar untuk pelaporan kepada lembaga pendanaan, instansi akademik, maupun pihak regulator yang relevan.

Pada bagian penutup dari tahapan akhir, dilakukan serah terima hasil program kepada mitra sekaligus penyampaian rekomendasi keberlanjutan. Serah terima dilakukan dalam bentuk penyampaian luaran fisik maupun digital, seperti

logo usaha, desain kemasan, buku panduan, SOP produksi, serta akun pemasaran digital yang telah aktif. Rekomendasi keberlanjutan diberikan agar mitra mampu mempertahankan dan mengembangkan hasil pendampingan secara mandiri. Tahap ini juga menjadi momentum untuk menegaskan komitmen kolaboratif antara tim pengabdian dan mitra, serta membuka peluang kerja sama lanjutan pada program pengembangan UMKM di masa mendatang. Dengan demikian, tahapan akhir tidak hanya menjadi penutup administrasi, tetapi juga landasan penting bagi keberlanjutan dampak pengabdian.

## **BAB IV**

### **KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI**

Pendirian UNIGORO pada tahun 1981 adalah tanggapan atas kebutuhan akan pendidikan dan pengetahuan di Bojonegoro dan sekitarnya. Yayasan Suyitno Bojonegoro (YSB) memainkan peran penting dalam mendirikan universitas ini sebagai bentuk komitmen untuk meningkatkan akses pendidikan tinggi bagi masyarakat. UNIGORO selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan pengajaran. Dalam usahanya mencapai visi dan misi, universitas ini berkomitmen untuk mencetak lulusan yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang baik. Dengan melibatkan sistem penjaminan mutu internal dan eksternal, UNIGORO memastikan bahwa pendidikan yang diselenggarakannya tetap berada pada standar yang tinggi. Dengan pengalaman panjang, tekad yang kuat, dan komitmen untuk meningkatkan kualitas, UNIGORO terus berusaha menjadi universitas yang berdaya saing, tidak hanya di tingkat regional dan nasional, tetapi juga di tingkat internasional. Universitas Bojonegoro adalah cerminan dari semangat dan dedikasi dalam menjalani perjalanan menuju pendidikan yang berkualitas.

Alamat Kampus di Jl. Lettu Suyitno No. 02, Kalirejo, Kab Bojonegoro,  
[admin@unigoro.ac.id](mailto:admin@unigoro.ac.id)

1. Fakultas Hukum (Program Studi Ilmu Hukum)
2. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Program Studi Administrasi Publik)
3. Fakultas Pertanian (Program Studi Agribisnis)
4. Fakultas Ekonomi (Program Studi Ekonomi Pembangunan Dan Program Studi Manajemen Ritel)

Fakultas Sains Dan Teknik (Program Studi Teknik Sipil, Program Studi Teknik Industri, Program Studi Kimia, Program Studi Ilmu Lingkungan)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Pendampingan Penguatan Internalisasi Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Makanan Tradisional Daerah Bojonegoro pada Usaha Serabi Ketan Bu Sri” memiliki relevansi yang kuat dengan perkembangan keilmuan mahasiswa Program Studi

Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro. Pelaksanaan kegiatan ini menjadi salah satu indikator keberhasilan proses pembelajaran dalam mendukung pencapaian kompetensi lulusan.

Mahasiswa sebagai pelaksana pengabdian telah dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan melalui mata kuliah yang relevan, seperti Ekonomi UMKM, Ekonomi Pembangunan Daerah, Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil, dan Pemberdayaan Masyarakat. Bekal keilmuan tersebut diaplikasikan secara langsung dalam kegiatan pendampingan UMKM Serabi Ketan Bu Sri, khususnya pada aspek peningkatan daya saing usaha melalui penguatan identitas usaha, perbaikan kualitas tampilan produk, serta penguatan administrasi usaha.

Melalui kegiatan pengabdian ini, mahasiswa mampu mengintegrasikan teori ekonomi pembangunan dengan praktik lapangan secara nyata. Selain itu, mahasiswa juga mengembangkan kemampuan analisis permasalahan usaha mikro, keterampilan komunikasi dengan pelaku UMKM, serta sikap profesional dan empati sosial. Hal ini sejalan dengan capaian pembelajaran lulusan Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bojonegoro yang menekankan kemampuan penerapan ilmu ekonomi dalam konteks pembangunan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.

Unit Pengelola Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro berfokus pada pengembangan dan peningkatan kualitas pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada UMKM Serabi Ketan Bu Sri ini merupakan bentuk implementasi nyata dari Tri Dharma tersebut, khususnya dalam menjembatani proses pembelajaran akademik dengan kebutuhan masyarakat.

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1. Profil Industri Kecil Menengah**

Tabel 5.1 Profil Serabi Ketan Bu Sri

Nama Usaha	:	Serabi Ketan
Nama Pemilik	:	Bu Siti
Alamat Usaha	:	Jl. Lettu Suyitno, Ds Trucuk, Kec Trucuk, Kab Bojonegoro
Jenis Usaha	:	Kuliner Tradisional
Skala Usaha	:	Kecil
Sumber Bahan Baku	:	Bahan baku didapat dari daerah lokal Bojonegoro
Pangsa Pasar	:	Wilayah Kabupaten Bojonegoro
Inovasi Dan Teknologi	:	Flyer Nama Usaha, Perumusan Nama Usaha, Desain Label Produk, Google Maps Identitas

#### **5.2. Hasil Pendampingan**

##### **Hasil Pendampingan UMKM Serabi Ketan Bu Siti**

Kegiatan pendampingan kepada UMKM Serabi Ketan Bu Siti dilaksanakan secara terstruktur melalui beberapa tahapan kegiatan yang saling berkaitan. Pendampingan difokuskan pada penguatan identitas usaha dan promosi sebagai upaya peningkatan daya saing UMKM. Setiap tahapan pendampingan menghasilkan luaran yang dapat diukur dan dibuktikan melalui dokumentasi lapangan.

##### **1. Identifikasi Kondisi Awal Usaha**

Pada tahap awal, dilakukan observasi langsung dan wawancara terstruktur dengan pemilik UMKM Serabi Ketan Bu Siti. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa usaha belum memiliki identitas usaha formal, belum terdaftar pada platform digital, serta belum memiliki media promosi dan logo usaha. Kondisi

awal ini menyebabkan keterbatasan dalam pengenalan usaha dan akses konsumen.

Hasil terukur tahap awal:

UMKM belum memiliki: nama usaha resmi, logo usaha, media promosi, dan alamat usaha pada Google Maps.



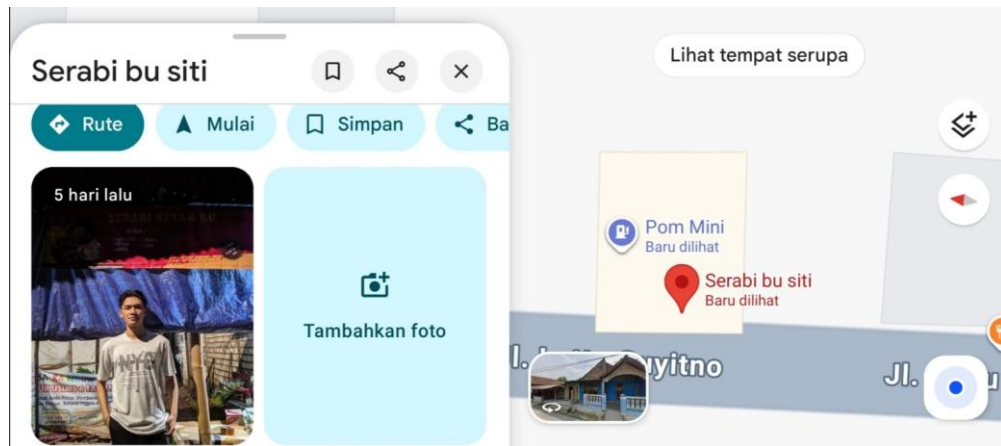
Gambar 5.2. Identifikasi Kondisi Awal Usaha

## 2. Pendampingan Pembuatan Alamat Usaha pada Google Maps

Pendampingan dilakukan dengan membantu pemilik UMKM dalam pembuatan dan pendaftaran alamat usaha pada platform Google Maps. Kegiatan meliputi pengambilan titik koordinat lokasi usaha, pengisian data usaha (nama, kategori, deskripsi), serta proses verifikasi lokasi.

Hasil terukur:

1 lokasi usaha Serabi Ketan Bu Siti berhasil terdaftar dan aktif pada Google Maps. Lokasi usaha dapat diakses secara daring oleh konsumen.



Gambar 5.2. Alamat Usaha pada Google Maps

### 3. Pendampingan Perumusan dan Penetapan Nama Usaha

Pendampingan perumusan dan penetapan nama usaha dilakukan melalui proses diskusi dan analisis karakteristik produk serta identitas pelaku usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk menghasilkan nama usaha yang mudah dikenali, mencerminkan jenis produk yang dihasilkan, serta memiliki keterkaitan dengan identitas pemilik usaha. Proses pendampingan meliputi penggalan informasi mengenai sejarah usaha, jenis produk, dan target konsumen. Berdasarkan hasil pendampingan tersebut, ditetapkan nama usaha “Serabi Ketan Bu Siti” sebagai nama resmi UMKM. Nama usaha ini digunakan secara konsisten dalam seluruh aktivitas usaha, termasuk pada media promosi, identitas visual, dan pencatatan usaha.

Hasil terukur:

Terbentuk 1 nama usaha resmi, yaitu Serabi Ketan Bu Siti.

Nama usaha ini akan digunakan secara konsisten pada media promosi dan identitas usaha.

### 4. Pendampingan Pembuatan Logo Usaha

Pendampingan pembuatan logo dilakukan melalui tahapan perancangan konsep, pemilihan warna dan elemen visual, serta finalisasi desain. Logo dirancang untuk merepresentasikan produk serabi ketan sebagai makanan tradisional khas daerah.

Hasil terukur:



Gambar 5.2. Logo Usaha

5. Pendampingan Pembuatan Flyer/Banner Promosi Usaha

Pendampingan dilanjutkan dengan pembuatan media promosi berupa flyer/banner. Proses meliputi penentuan konten informasi (nama usaha, jenis produk, kontak), penyesuaian desain dengan logo usaha, serta pencetakan media promosi.

Hasil terukur:

1 desain flyer/banner promosi UMKM Serabi Ketan Bu Siti dihasilkan. Flyer/banner digunakan sebagai media promosi usaha.



Gambar 5.2. banner promosi UMKM Serabi Ketan Bu Siti

## 6. Analisis Keberhasilan Pendampingan

Keberhasilan pendampingan diukur berdasarkan kesesuaian antara luaran yang dihasilkan dengan indikator keberhasilan program. Berdasarkan hasil pendampingan, UMKM Serabi Ketan Bu Siti telah memiliki identitas usaha yang jelas, media promosi yang representatif, serta keberadaan usaha pada

platform digital. Seluruh luaran dapat dibuktikan melalui dokumentasi lapangan yang disajikan sebagai bukti ketercapaian program.

## **5.2 Pembahasan**

### **Kondisi Awal Usaha Mitra**

Kondisi awal UMKM Serabi Ketan Bu Siti menunjukkan bahwa usaha masih berjalan dalam pola produksi tradisional tanpa dukungan identitas usaha yang terstruktur. Pelaku usaha belum memiliki nama usaha yang resmi maupun logo sebagai elemen dasar untuk membangun citra produk. Media promosi belum tersedia sehingga jangkauan pemasaran hanya mengandalkan konsumen tetap di lingkungan sekitar. Administrasi usaha, termasuk pencatatan keuangan, masih dilakukan secara sederhana dan tidak terdokumentasi dengan baik, sehingga arah pengembangan usaha sulit dipetakan dengan jelas. Kemasan produk belum memperlihatkan standar visual yang mampu menarik minat konsumen modern, bahkan belum terdapat label yang menginformasikan komposisi, identitas produsen, atau tanggal produksi. Usaha juga belum terdaftar pada platform digital seperti Google Maps, yang menyebabkan usaha sulit ditemukan oleh konsumen baru. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa UMKM masih berada pada tahap awal pengelolaan usaha yang membutuhkan penguatan struktural dan sistematis agar dapat bersaing dalam pasar yang lebih luas.

### **Analisis Permasalahan Utama yang Dihadapi Mitra**

Hasil analisis lapangan menunjukkan bahwa permasalahan mitra bersifat multidimensi, mencakup aspek identitas usaha, manajemen internal, kualitas produk, dan akses pemasaran. Ketiadaan branding menyebabkan produk sulit dikenali sehingga nilai jual tidak berkembang secara optimal. Sistem administrasi yang belum teratur menghambat pelaku usaha dalam melakukan perencanaan biaya dan perhitungan keuntungan secara tepat. Rendahnya literasi digital mengakibatkan usaha tidak memiliki jejak digital, padahal konsumen kini semakin bergantung pada platform online untuk menemukan produk lokal. Standardisasi rasa, ukuran, dan higienitas produksi juga belum terkelola secara konsisten, sehingga mutu produk dapat berubah-ubah dan berdampak pada persepsi konsumen. Permasalahan-

permasalahan ini saling berkaitan dan berkontribusi pada lemahnya daya saing, sehingga diperlukan intervensi pendampingan yang terarah dan menyeluruh.

### **Implementasi Program Pendampingan**

Program pendampingan dilaksanakan melalui rangkaian intervensi yang terencana berdasarkan kebutuhan mitra. Tahapan kegiatan mencakup penguatan identitas usaha melalui perumusan nama resmi, pembuatan logo, penyusunan kop surat, dan desain stempel yang dapat digunakan untuk keperluan administrasi dan legalitas. Upaya peningkatan kualitas visual produk dilakukan dengan merancang label kemasan yang informatif dan menarik, sehingga produk memiliki nilai estetika yang lebih baik serta memenuhi standar informasi bagi konsumen. Penguatan administrasi usaha diberikan melalui bimbingan penyusunan pencatatan keuangan sederhana agar pelaku usaha dapat memantau arus kas dan merencanakan pengembangan usaha secara lebih terarah. Proses digitalisasi dilakukan dengan mendaftarkan usaha pada Google Maps sehingga lokasi dapat diakses secara daring dan mudah ditemukan oleh konsumen. Pada saat yang sama, pendampingan dilakukan dalam penyusunan materi promosi digital seperti flyer untuk memperkuat eksposur usaha. Seluruh kegiatan diselenggarakan secara partisipatif agar pelaku UMKM memahami prosesnya dan mampu menerapkannya secara mandiri.

### **Hasil Pencapaian Program**

Pelaksanaan pendampingan menghasilkan perubahan signifikan pada pengelolaan UMKM Serabi Ketan Bu Siti. Identitas usaha yang sebelumnya belum terdefinisi kini telah tersusun secara jelas, ditandai dengan adanya nama usaha resmi, logo, dan media promosi yang dapat digunakan pada berbagai keperluan pemasaran. Administrasi usaha mulai ditata melalui penggunaan format pencatatan keuangan sederhana yang memudahkan pelaku usaha dalam mengelola biaya dan memantau perkembangan pendapatan. Proses digitalisasi usaha telah terealisasi dengan aktifnya lokasi UMKM pada Google Maps, sehingga usaha dapat ditemukan oleh konsumen melalui pencarian digital. Kemasan dan label produk menunjukkan perkembangan visual yang lebih profesional, memberikan peningkatan pada nilai estetika maupun informasi produk yang dibutuhkan konsumen. Semua capaian ini

menunjukkan bahwa UMKM mengalami peningkatan daya saing yang cukup signifikan dibandingkan kondisi awal sebelum pendampingan.

## **BAB VI PENUTUP**

### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan pada UMKM Serabi Ketan Bu Siti di Kabupaten Bojonegoro, dapat disimpulkan bahwa program pendampingan telah berjalan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dan berhasil meningkatkan daya saing usaha melalui penguatan identitas dan promosi usaha. Pendampingan yang dilakukan secara terstruktur, mulai dari identifikasi kondisi awal usaha hingga implementasi hasil pendampingan, menghasilkan luaran yang jelas dan terukur. UMKM Serabi Ketan Bu Siti yang sebelumnya belum memiliki identitas usaha formal dan media promosi, kini telah memiliki nama usaha resmi, logo usaha, media promosi berupa flyer/banner, serta alamat usaha yang terdaftar dan dapat diakses melalui Google Maps. Luaran tersebut menjadi indikator keberhasilan program dalam meningkatkan profesionalisme dan visibilitas usaha.

Keberhasilan program pendampingan ini menunjukkan bahwa penguatan identitas usaha dan pemanfaatan media digital merupakan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya pada usaha makanan tradisional daerah. Selain memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM, kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran aplikatif bagi mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bojonegoro dalam menerapkan ilmu ekonomi pembangunan dan pemberdayaan masyarakat secara nyata. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dinilai layak dan efektif sebagai model pendampingan UMKM berbasis penguatan internal usaha, serta berpotensi untuk dikembangkan dan direplikasi pada UMKM lain guna mendukung pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

### **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Serabi Ketan Bu Siti, disarankan agar pelaku UMKM memanfaatkan dan mengelola identitas usaha yang telah terbentuk secara konsisten, termasuk penggunaan logo, media promosi, dan pengelolaan alamat usaha pada Google Maps. Program Studi

Ekonomi Pembangunan Universitas Bojonegoro diharapkan dapat mengembangkan pendampingan lanjutan yang berkelanjutan, khususnya pada aspek pemasaran digital dan pengelolaan usaha, sementara mahasiswa diharapkan terus meningkatkan keterlibatan dalam kegiatan pengabdian sebagai sarana penerapan keilmuan dan penguatan kompetensi. Selain itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk menambahkan indikator keberhasilan yang bersifat kuantitatif guna mengukur dampak program secara lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Setyaningtyas, I. N., Dawud, M. Y., & Djohar, N. (2024). Strategi Usaha Mikro Pengolahan Salak dalam Meningkatkan Perekonomian Desa Wedi Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 9(2), 127-140.
- Ibrahim, M., Zainuddin, M., & Surusa, F. E. P. (2019). Upaya peningkatan pemasaran produk melalui pendampingan pembuatan nama produk, kemasan dan perizinan usaha dodol Desa Reksonegoro Kabupaten Gorontalo. *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 3(1), 29-37.
- Judijanto, L., Destiana, D., & Pertiwi, H. P. (2025). *UMKM Berdaya Saing*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Ramadani, D., Syahputra, N. A., Amrillah, F., Wahyuningtyas, V., Palevy, A. S. P., & Santoso, S. (2025). Pemberdayaan UMKM Pempek Kiyya Melalui Penguatan Media Promosi dan Pengembangan Identitas Usaha. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, 3(4), 28-42.
- Tumija, T. (2022). Peran Pemerintah dan Partisipasi Masyarakat dalam Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Masa Pandemi COVID-19 di Cipageran, Cimahi: Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada UMKM Sentra Susu Olahan Cipageran. *Civitas Consecratio: Journal of Community Service and Empowerment*, 2(1), 25-37.
- Setyaningtyas, I. N., Dawud, M. Y., & Djohar, N. (2024). Strategi Usaha Mikro Pengolahan Salak dalam Meningkatkan Perekonomian Desa Wedi Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 9(2), 127-140.
- Nova, S., Harahap, R., Hapshani, N. F., & Azhari, M. F. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Optimalisasi Digitalisasi Usaha Berbasis Google Maps di Desa Raya Dusun IV. *Easta Journal of Innovative Community Services*, 4(01), 22-34.
- Astutik, W. N. T. (2024). *TANTANGAN DAN HAMBATAN UMKM MAKANAN RINGAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PADA USAHA KERIPIK TKRG, KERIPIK SINGKONG KENANGA, DAN KERIPIK SETIA JAYA KECAMATAN KALIPARE, KAB. MALANG)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Raden Rahmat).

- PUTRI, S. R. N. (2024). Strategi Pengembangan Produk Makanan Khas Daerah Kabupaten Banyumas sebagai Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing dalam Industri Kuliner.
- Sidabutar, J. L., Fadhilah, A. N., Rachmanda, K. P., Nainggolan, M. G. G., Siboro, N. J., & Cristiano, V. Y. (2025). Digitalisasi Pemetaan UMKM Desa Munder Sebagai Strategi Peningkatan Akses Pasar. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Sosial Politik (JPMSP)*, 2(2), 69-78.
- Diningrat, R. B. S. N., Purba, R., Azis, A. C. K., Azmi, A., Amirulloh, T. M., & Yumiolda, V. D. (2025). Pengembangan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Fahmi Ummi melalui Pendampingan Terpadu. *TERAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sosial Budaya*, 1(2), 80-88.
- Rahman, F. R., Wahyuningsih, P., Adhi, D. K., Utama, A. K. B., Setyoningsih, S., & Anjani, S. (2025). Penguatan Kapasitas Digital Marketing Pelaku UMKM Kelurahan Gajahmungkur. *Fokus ABDIMAS*, 4(1), 35-44.
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). *Meningkatkan daya saing UKM: Perspektif strategis*. Universitas Brawijaya Press.
- Nastiti, P. R., Meiriyanti, R., & Sijabat, R. (2024). Eskalasi Daya Saing UMKM di Desa Gonoharjo Melalui Inovasi Pelabelan, Pengemasan, dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 4(6).
- Aspri, A. R., Ferdiansyah, L. F., Afiah, N., & Anggriana, S. (2025). Penerapan Hygiene Sanitasi dan Standar Operasional Prosedur (SOP) UMKM Tamara di Dusun Gol Desa Medana, Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Abdi Anjani*, 3(1), 216-223.
- Fatah, A., & Nabilah, I. (2025). PERAN USAHA MIKRO DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN SOSIAL DAN EKONOMI MASYARAKAT YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Pendidikan*, 106-114.
- Iskandar, A. (2018). Penguatan aspek administratif UMKM melalui logo dan stempel usaha. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 10(2), 112-123.
- Lestari, D., & Pratama, Y. (2017). Internalisasi nilai usaha dan dampaknya terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45-54.

- Nugroho, T., Wibowo, S., & Riyanto, H. (2019). Pengaruh desain label terhadap peningkatan nilai jual produk makanan tradisional. *Jurnal Pemasaran*, 13(3), 145-155.
- Rahmawati, F. (2020). Strategi perumusan nama usaha untuk meningkatkan citra UMKM makanan khas. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 78-85.
- Ramadhan, Z. (2021). Pemanfaatan Google Maps untuk penguatan identitas usaha UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(1), 33-41.
- Santoso, B., & Putri, A. (2021). Peran flyer dalam meningkatkan daya saing UMKM makanan tradisional. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 9(4), 201-210.
- Sari, N., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh kop surat terhadap profesionalisme administrasi UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 22-30.
- Suyanto, E. (2019). Strategi pemasaran terpadu untuk peningkatan daya saing produk tradisional. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 90-101.
- Wulandari, S. (2023). Integrasi pemasaran digital dan brand identity pada UMKM makanan tradisional. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 17(1), 55-67.

ANALISIS TINGKAT EKSPOR KOMI... x New chat x Astuti | Pendampingan Penguatan x +

ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jaim/authorDashboard/submission/7437

### Jurnal Abdi Masyarakat

← Back to Submissions

Workflow Publication

Submission Review Copyediting Production

#### Submission Files

File Name	Pages	Issue	Type
29392 Artikel Hartiningsih Astuti- Pengabdian 2026.docx	5	February 2026	Article Text

Download All Files

21:25 05/02/2026

ANALISIS TINGKAT EKSPOR KOMI... x New chat x Jurnal Abdi Masyarakat x +

ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jaim/index

hartiningsihastuti 0

### Jurnal Abdi Masyarakat

Home Current Archives Announcements About

SEARCH

BASE Dimensions GARUDA  
Google sinta ROAD

ISSN : 2579-4493 e-ISSN : 2774-999

Focus on :  
Ekonomi, Sosial Politik, Teknik, Hukum, Pertanian, dan Kesehatan

#### Journal Description

JAIM (Jurnal Abdi Masyarakat) is a community

21:26 05/02/2026

ANALISIS TINGKAT EKSPOR KOMI | New chat | SINTA - Science and Technology | sinta.kemdiktisaintek.go.id/journals/profile/8342

SINTA Author Subjects Affiliations Sources FAQ WCU Registration Login Get More with SINTA Insight Go to Insight

**JAIM (JURNAL ABDI MASYARAKAT)**  
UNIVERSITAS KADIRI  
P-ISSN : 25794493 < E-ISSN : 27749991

0.412371 Impact  
399 Google Citations  
Sinta 4 Current Accreditation

Citation Per Year By Google Scholar

Year	Citations
2018	5
2019	10
2020	15
2021	25
2022	40
2023	60
2024	100
2025	130
2026	140

21:27 05/02/2026