

Pengembangan Usaha Kerupuk Ibu Hamidah di Dusun Lekong Dendek

Desa Dasan Tereng Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat

Baiq Ertin Helmida¹, Baiq Kisanawati², Lalu Mimbar³, Satriawan⁴,

Faizatul Fajariah⁵, Gina Septiani Putri⁶, Aliya Azimatu Zahra⁷, Baiq Deria Ayuning Fatika⁸

^{1,2,3,4,5,6,7} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM, ⁸Universitas Nahdlatul Wathan

Email: ertin0009@gmail.com

Abstract

*This community service activity was conducted in Lekong Dendek Dusun, Dasan Tereng Desa, Narmada Kecamatan. The objectives of the activity were to: 1) enhance the motivation and entrepreneurial mindset of business owners, fostering a business development orientation; 2) improve business management capabilities through the implementation of better management practices; and 3) upgrade the quality of product packaging and labeling to increase value-added and market competitiveness. The implementation methods employed included outreach sessions, training, demonstrations, hands-on practice, and mentoring. Monitoring and evaluation were conducted to assess the extent to which the partners implemented the provided material. The program results were as follows: 1) an increase in motivation and entrepreneurial mindset among business owners; 2) improved business management skills, particularly regarding the importance of simple bookkeeping, separating business and personal finances, calculating production costs, and determining selling prices; 3) enhanced packaging and label quality, resulting in a more attractive and informative appearance for the *kerupuk* (cracker) products, along with clearer product identity; 4) the participatory approach combining outreach, training, and mentoring—proved effective in increasing partners' knowledge and skills while fostering behavioral changes in business management; and 5) the service activity provided tangible benefits to the partners, serving as an initial step toward professionalizing business management and strengthening the competitiveness of MSMEs in Dasan Tereng Desa.*

Keywords: MSME Business Development

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Dusun Lekong Dendek, Desa Dasan Tereng, Kecamatan Narmada. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk: 1) Meningkatkan motivasi dan pola pikir kewirausahaan pemilik usaha agar memiliki orientasi pada pengembangan usaha; 2) Meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha melalui penerapan manajemen usaha yang lebih baik; 3) Meningkatkan kualitas kemasan dan label produk agar memiliki nilai tambah dan daya saing di pasar. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah penyuluhan, pelatihan, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Monitoring dan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana materi yang diberikan telah diterapkan oleh mitra. Hasil pelaksanaan program adalah: 1) Terjadi peningkatan motivasi dan pola pikir kewirausahaan pada pemilik usaha; 2) Kemampuan pengelolaan usaha mengalami peningkatan, terutama dalam memahami pentingnya pembukuan sederhana, pemisahan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, serta penghitungan biaya produksi dan penentuan harga jual; 3) Kualitas kemasan dan label produk mengalami perbaikan, sehingga produk kerupuk memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan memiliki identitas produk yang lebih jelas; 4) Pendekatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan partisipatif terbukti mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra, sekaligus mendorong perubahan perilaku dalam pengelolaan usaha; 5) kegiatan pengabdian memberikan manfaat nyata bagi mitra sebagai langkah awal dalam meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha serta memperkuat daya saing UMKM di Desa Dasan Tereng.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berkontribusi secara strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi penggerak ekonomi masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan pemerataan pendapatan, memperluas kesempatan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Desa Dasan Tereng, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi berbasis usaha rumah tangga (home industry). Salah satu pelaku usaha yang cukup berkembang adalah Usaha Kerupuk Ibu Hamidah, yang memproduksi kerupuk sebagai makanan ringan dan memasukannya ke pasar kepada masyarakat sekitar maupun beberapa wilayah di Kabupaten Lombok Barat. Produk kerupuk yang dihasilkan memiliki cita rasa yang baik dan sudah dikenal oleh konsumen lokal.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa proses produksi masih dilakukan secara sederhana dengan menggunakan peralatan yang terbatas, lahan produksi sangat terbatas, dan tenaga kerja yang hanya mengandalkan tenaga Ibu Hamidah sendiri dan suaminya (terkadang dibantu keluarga terdekat), sehingga kapasitas produksi belum mampu memenuhi permintaan pasar pada waktu-waktu tertentu. Selain itu, sistem pengelolaan usaha masih bersifat tradisional, baik dalam aspek pencatatan keuangan, pengendalian persediaan bahan baku, maupun perencanaan produksi. Produk kerupuk yang dihasilkan sebagian besar masih dipasarkan secara konvensional melalui jaringan pelanggan tetap, warung, dan pasar tradisional. Di samping itu, aspek pengemasan (packaging) produk juga masih memerlukan perbaikan. Kemasan yang digunakan belum sepenuhnya mencerminkan identitas produk dan belum memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, seperti komposisi, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, identitas produsen, serta desain label yang lebih menarik. Padahal, kemasan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan nilai tambah produk sekaligus menjadi media komunikasi pemasaran. Namun yang menjadi permasalahan utama adalah pelaku UMKM (Ibu Hamidah) tidak memiliki

orientasi untuk mengembangkan usahanya. Pelaku UMKM memilih mempertahankan kondisi usahanya pada skala yang ada (survival business) dan tidak berupaya melakukan ekspansi, inovasi, maupun peningkatan kapasitas usaha.

Fenomena tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari aspek internal, yakni rendahnya motivasi berwirausaha, minimnya jiwa kewirausahaan (entrepreneurial mindset),

rasa puas terhadap pendapatan yang diperoleh, serta ketakutan menghadapi risiko usaha, yang menjadi penyebab utama. Pelaku UMKM menganggap bahwa usaha yang dijalankan hanya sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, bukan sebagai usaha yang harus terus dikembangkan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Selain itu, keterbatasan pengetahuan mengenai manajemen usaha, pemasaran, pembukuan, teknologi digital, dan inovasi produk menyebabkan pelaku UMKM kurang percaya diri dalam mengembangkan usahanya. Mereka cenderung menggunakan cara-cara tradisional dalam produksi maupun pemasaran karena dianggap lebih aman dan telah menjadi kebiasaan selama bertahun-tahun.

Dari aspek eksternal, keterbatasan akses terhadap permodalan, informasi pasar, pendampingan usaha, serta persaingan bisnis yang semakin ketat juga menjadi faktor yang menghambat perkembangan UMKM. Menurut Hisrich, Peters, dan Shepherd (2020), orientasi kewirausahaan yang rendah dapat menghambat pertumbuhan usaha karena pelaku usaha cenderung menghindari inovasi, kurang berani mengambil risiko, dan tidak memiliki visi jangka panjang dalam mengembangkan bisnis. Sementara itu, Kotler dan Keller (2022) menyatakan bahwa perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi produk, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memanfaatkan pemasaran digital agar mampu mempertahankan daya saing.

Fenomena pada usaha Ibu Hamidah ini pada umumnya sering ditemukan pada usaha rumah tangga di pedesaan yang telah berjalan selama bertahun-tahun. Pelaku usaha beranggapan bahwa ia memiliki pelanggan tetap dan memperoleh keuntungan. Pendapatan yang diperoleh sudah cukup sehingga tidak ada dorongan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar, memperbaiki kemasan produk, atau memanfaatkan teknologi digital. Akibatnya, usaha sulit berkembang dan rentan menghadapi persaingan, terutama dari produk sejenis yang lebih inovatif. Hal ini sesuai dengan pendapat Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2016) bahwa salah satu kendala UMKM berkembang adalah Aspek Sumber Daya Manusia (SDM) yakni Rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan manajerial pelaku usaha, termasuk minimnya penguasaan teknologi produksi maupun pemasaran.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan pendampingan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada perubahan pola pikir (mindset) kewirausahaan. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi pelaku UMKM untuk berinovasi, memperluas pasar, mengelola usaha secara profesional, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha yang berkelanjutan.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan PkM ini meliputi:

3.1. Pendekatan Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan pendekatan partisipatif (*Participatory Rural Appraisal/PRA*) dan pendampingan (*mentoring*). Selain itu, kegiatan dilaksanakan melalui kombinasi metode penyuluhan, pelatihan, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan, sehingga diharapkan terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan perilaku dalam pengelolaan usaha.

3.2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi/tanya jawab, dan pelatihan. Tahapan kegiatan pengabdian sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal dilakukan koordinasi dengan Pemerintah Desa Dasan Tereng dan mitra usaha untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha, kebutuhan, serta permasalahan yang dihadapi. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

- a. Koordinasi dengan pemerintah desa dan pemilik usaha.
- b. Observasi lokasi usaha.
- c. Wawancara dengan pemilik usaha.
- d. Identifikasi potensi dan permasalahan usaha.
- e. Penyusunan jadwal kegiatan.
- f. Penyusunan materi pelatihan dan bahan pendamping.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Tahap Penyuluhan dan Peningkatan Motivasi Kewirausahaan

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi pemilik usaha agar memiliki pola pikir kewirausahaan yang berorientasi pada pertumbuhan usaha. Materi penyuluhan meliputi: pentingnya kewirausahaan, mindset entrepreneur (pola pikir dan perilaku berwirausaha), peluang pengembangan usaha, serta inovasi produk. Metode yang digunakan: Ceramah, Diskusi, Tanya jawab.

b. Tahap Pelatihan Manajemen Usaha

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola usaha secara profesional. Materi pelatihan: (Perencanaan usaha, Pembukuan sederhana, Pengelolaan keuangan). Metode: (pelatihan, simulasi, praktik langsung).

c. Tahap Pendampingan Perbaikan Kemasan dan Label Produk

Pada tahap ini dilakukan pendampingan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk agar lebih menarik dan memiliki daya saing. Kegiatan meliputi: evaluasi kemasan lama, desain label produk, penyusunan identitas merek, penambahan informasi produk, dan pendampingan pemilihan jenis kemasan. Metode: (Demonstrasi, Praktik, Pendampingan).

3. Monitoring Dan Evaluasi

a. Elemen yang dievaluasi:

- 1) Partisipasi peserta: menyediakan lokasi, tingkat kehadiran, keterlibatan dalam diskusi
- 2) Implementasi hasil pengabdian yakni dalam hal:
 - a) Kemampuan manajemen usaha.
 - b) Kemampuan pembukuan.
 - c) Perubahan kemasan produk.
 - d) Kepuasan mitra terhadap kegiatan

b. Metode evaluasi:

- 1) Observasi
- 2) Wawancara
- 3) Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penyuluhan Motivasi dan Pola Pikir Kewirausahaan

Berdasarkan hasil diskusi, diketahui bahwa sebelumnya mitra menjalankan usaha hanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga tanpa memiliki perencanaan pengembangan usaha jangka panjang. Mitra beranggapan usaha kerupuknya tidak bisa dikembangkan lagi karena peralatan sederhana, lahan produksi sempit/terbatas, terutama tempat menjemur kerupuk (pengeringan hanya mengandalkan sinar matahari), modal terbatas, serta tenaga kerja yang hanya mengandalkan Ibu Hamidah dan suaminya. Mitra menganggap bahwa usaha yang telah berjalan selama ini sudah cukup untuk makan dan menyekolahkan anak, sehingga belum memiliki keberanian untuk memperluas usaha.

Penyuluhan yang diberikan mampu meningkatkan kesadaran mitra mengenai pentingnya orientasi pertumbuhan usaha (*growth mindset*). Sebelumnya, usaha lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari (bisnis survival). Mitra tidak menyadari bahwa usahanya memiliki potensi untuk berkembang dan beranggapan bahwa dengan keterbatasan yang dihadapi, sulit untuk berkembang. Setelah kegiatan pengabdian, mitra mulai

memahami bahwa pengembangan usaha dapat dilakukan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas, dan perluasan pasar.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Hisrich, Peters, dan Shepherd (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan usaha dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, keberanian mengambil risiko, inovasi, serta kemampuan memanfaatkan peluang bisnis.

2. Hasil Pelatihan Manajemen Usaha

Sebelum kegiatan, mitra belum pernah melakukan pencatatan keuangan sehingga sulit mengetahui besarnya biaya produksi maupun keuntungan usaha. Saat pelatihan, tim mendapatkan informasi bahwa putri pelaku usaha sedang kuliah di program studi akuntansi di salah satu perguruan tinggi di Mataram. Kondisi ini membantu menjelaskan praktik pengelolaan keuangan sederhana, pencatatan transaksi, perhitungan biaya produksi (Harga Pokok Produksi/HPP), serta penentuan harga jual produk. Setelah pelatihan, mitra memperoleh pemahaman mengenai pentingnya memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi serta mampu menyusun pembukuan sederhana untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha.

Pelatihan pembukuan sederhana memberikan manfaat bagi mitra dalam memahami pentingnya pengelolaan keuangan usaha. Menurut Zimmerer, Scarborough, dan Wilson (2020), pengelolaan keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha kecil karena membantu pelaku usaha dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan

3. Hasil Pendampingan Perbaikan Kemasan dan Label Produk

Kegiatan pendampingan juga diarahkan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk. Sebelum pendampingan, produk kerupuk dipasarkan dengan kemasan sederhana, hanya menggunakan plastik dan tali rafia, tanpa identitas merek yang jelas serta informasi produk yang lengkap.

Melalui kegiatan ini dilakukan diskusi mengenai desain kemasan, penyusunan label produk, identitas merek, serta informasi produsen. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kualitas tampilan produk yang memiliki label sederhana dan identitas yang lebih jelas, dengan 2 jenis kemasan, yakni kemasan yang menggunakan impulse sealer untuk warung dan rumah makan, serta yang menggunakan tali rafia untuk pelanggan keliling .

Perbaikan kemasan dan label produk memberikan nilai tambah pada kerupuk yang dihasilkan. Kemasan tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga menjaga produk tetap fresh/awet serta menjadi media komunikasi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Label dilengkapi dengan nama dan tempat usaha serta nomor kontak yang dapat dihubungi, dengan maksud sebagai identitas produk, sarana informasi, dan alat promosi.

Hasil kegiatan ini mendukung pendapat Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa kemasan merupakan bagian dari strategi pemasaran karena mampu membangun citra produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memengaruhi keputusan pembelian.

4. Dampak terhadap Pengembangan UMKM

Tabel 1.

Hasil Kegiatan

Tujuan Kegiatan	Kondisi Sebelum	Hasil Setelah Kegiatan
Meningkatkan motivasi kewirausahaan	Usaha hanya berorientasi memenuhi kebutuhan sehari-hari	Mitra memiliki pemahaman mengenai pentingnya pengembangan usaha dan inovasi
Meningkatkan kemampuan manajemen usaha	Belum ada pembukuan dan pencatatan keuangan	Mitra mampu menyusun pembukuan sederhana dan memahami HPP
Meningkatkan kualitas kemasan produk	Kemasan sederhana tanpa identitas produk yang jelas	Kemasan dan label produk menjadi lebih menarik, informatif, dan memiliki identitas merek





KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan motivasi dan pola pikir kewirausahaan pada pemilik usaha. Mitra mulai memahami pentingnya mengembangkan usaha secara berkelanjutan melalui inovasi,

peningkatan kualitas produk, dan pemanfaatan peluang pasar, sehingga tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Kemampuan pengelolaan usaha mengalami peningkatan, terutama dalam memahami pentingnya pembukuan sederhana, pemisahan keuangan usaha dari keuangan pribadi, serta penghitungan biaya produksi dan penetapan harga jual. Kualitas kemasan dan label produk mengalami perbaikan, sehingga produk kerupuk memiliki tampilan yang lebih menarik dan informatif serta identitas produk yang lebih jelas. Perbaikan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat citra usaha, serta meningkatkan daya saing di pasar. Pendekatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan partisipatif terbukti mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra, sekaligus mendorong perubahan perilaku dalam pengelolaan usaha. Keberhasilan program didukung oleh partisipasi aktif mitra selama seluruh tahapan kegiatan. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian memberikan manfaat nyata bagi mitra sebagai langkah awal untuk meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan usaha serta memperkuat daya saing UMKM di Desa Dasan Tereng.

Mitra diharapkan dapat menerapkan pembukuan sederhana secara konsisten, meningkatkan kualitas produk, serta terus berinovasi dalam kemasan, pemasaran, dan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, mitra perlu memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran agar jangkauan pasar semakin luas. Agar manfaat kegiatan dapat dirasakan dalam jangka panjang, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa seluruh materi pelatihan telah diterapkan secara konsisten oleh mitra. Pendampingan berkelanjutan diharapkan mampu menciptakan UMKM yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing tinggi

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ketua STIE AMM dan LP3M STIE AMM Mataram atas fasilitasi yang sangat membantu kelancaran program. Kami juga menghaturkan terima kasih setinggi-tingginya kepada Bapak Kepala Desa dan seluruh staf pemerintahan desa serta mitra UMKM atas dukungan penuh dan kerja sama yang harmonis selama kegiatan pengabdian ini berlangsung. Tidak lupa saya menyampaikan penghargaan kepada Tim Pengabdian atas dedikasinya, serta kepada mahasiswa yang banyak membantu proses persiapan dan pelaksanaan sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2016). *Ekonomi Pembangunan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia*.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Pedoman Pengembangan UMKM Berbasis Digital*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Global Edition). Pearson.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2020). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Pearso.