

Pendampingan UMKM Lokal, KKM kelompok 78 UNIBA Terjun dalam Produksi Dapros Dan Rengging Di Desa Sumurbandung

Siti Habibah^{1*}, Mazmur Pakpahan², Ririn Brigitta³, M. Nassir Agustiawan⁴ Wina Monicha⁵, Muhammad Firman Alamsyah⁶, Widya Andriani⁷, Eman Sulaeman⁸, Nabila Ramadania An Nazwa⁹, Desti Aprilyani¹⁰

¹Akutansi, Universitas Bina Bangsa, Serang

^{2,3}Manajemen, Universitas Bina Bangsa, Serang

^{4,5,6,7}Hukum, Universitas Bina Bangsa, Serang

⁸Manajemen, Universitas Bina Bangsa, Serang

⁹Teknik Industri, Universitas Bina Bangsa, Serang

¹⁰Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Bangsa, Serang

E-mail: sitihabibah2275@gmail.com^{1*}, mazmurpakpahan13@gmail.com², ririnbrigittabarasa@gmail.com³, mukhamadnassiragustiawan@gmail.com⁴, winamonica@icloud.com⁵, alamsyahmuhammadfirman@gmail.com⁶, widiraya9@gmail.com⁷, emnsl211@gmail.com⁸, annazwanabilaramadania@gmail.com⁹, destiaprilyani2424@gmail.com¹⁰

ABSTRAK

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal memerlukan keterlibatan aktif dari berbagai pihak, termasuk perguruan tinggi melalui program pengabdian kepada masyarakat. KKM (Kuliah Kerja Mahasiswa) Kelompok 78 Universitas Bina Bangsa (UNIBA) melaksanakan kegiatan pendampingan dan bantuan yang berfokus pada produksi Dapros dan Rengging sebagai produk makanan tradisional lokal di Desa Sumurbandung. Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi pelaku UMKM lokal dalam meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, pengemasan, serta strategi pemasaran produk Dapros dan Rengging. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, partisipasi langsung dalam proses produksi, wawancara dengan pelaku UMKM, serta pendampingan dalam pengembangan produk, manajemen kebersihan, desain kemasan, dan pengenalan pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan teknik produksi, standar kualitas dan kebersihan produk yang lebih baik, kemasan yang lebih menarik, serta peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi pemasaran. Keterlibatan mahasiswa KKM terbukti menjadi katalis efektif dalam pemberdayaan UMKM lokal, khususnya dalam menjaga keberlangsungan produk makanan tradisional sekaligus beradaptasi dengan tuntutan pasar modern. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model kolaborasi perguruan tinggi dan masyarakat dalam pemberdayaan potensi ekonomi lokal di wilayah pedesaan.

Kata kunci : Pendampingan UMKM; KKM; Dapros; Rengging; Produksi Makanan Lokal; Desa Sumurbandung; Universitas Bina Bangsa

ABSTRACT

The development of local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) requires active involvement from various parties, including higher education institutions through community service programs. KKM (Kuliah Kerja Mahasiswa) Group 78 from Universitas Bina Bangsa (UNIBA) conducted a mentoring and assistance program focused on the production of Dapros and Renggining, which are traditional local food products in Sumurbandung Village. This activity aims to assist local MSME actors in improving production capacity, product quality, packaging, and marketing strategies for Dapros and Renggining products. The methods used included field observation, direct participation in the production process, interviews with MSME actors, and mentoring in product development, hygiene management, packaging design, and digital marketing introduction. The results of the activity indicate improvements in production techniques, better product quality and hygiene standards, more attractive packaging, and increased understanding of marketing strategies among local MSME actors. The involvement of KKM students proved to be an effective catalyst in empowering local MSMEs, particularly in maintaining the sustainability of traditional food products while adapting to modern market demands. This activity is expected to serve as a model for university-community collaboration in empowering local economic potential in rural areas.

Keyword : MSME Mentoring; KKM, Dapros; Renggining; Local Food Production; Sumurbandung Village; Universitas Bina Bangsa

1. PENDAHULUAN

Desa Sumurbandung merupakan salah satu wilayah pedesaan yang memiliki kekayaan potensi lokal, khususnya dalam sektor produksi makanan tradisional. Di antara berbagai produk unggulan yang dimiliki desa tersebut, Dapros dan Renggining menjadi dua produk makanan khas yang telah diproduksi secara turun-temurun oleh masyarakat setempat. Kedua produk ini tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mengandung nilai budaya dan kearifan lokal yang perlu dilestarikan dan dikembangkan agar tetap relevan dengan dinamika pasar saat ini (Widjaja & Angeles, 2024).

Dapros merupakan makanan tradisional yang terbuat dari bahan-bahan alami lokal dengan proses pengolahan yang telah diwariskan secara turun-temurun. Sementara itu, Renggining merupakan produk makanan khas yang memiliki cita rasa unik dan menjadi identitas kuliner Desa Sumurbandung. Kedua produk ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk unggulan daerah yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional (Tohari et al., 2025).

Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya teroptimalkan. Pelaku UMKM yang memproduksi Dapros dan Renggining di Desa Sumurbandung masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan dalam hal teknik produksi yang higienis, pengemasan yang belum menarik, minimnya pemahaman tentang standar kualitas produk, serta belum adanya strategi pemasaran yang terstruktur. Sebagian besar pelaku usaha masih menerapkan metode produksi dan pemasaran tradisional yang diwariskan dari generasi sebelumnya tanpa adanya inovasi yang signifikan (Ingriana, 2024).

Dalam konteks ini, peran perguruan tinggi melalui program Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) menjadi sangat strategis. KKM merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh di bangku perkuliahan secara langsung di tengah masyarakat. Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya belajar dari masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam memecahkan permasalahan nyata yang dihadapi oleh komunitas lokal (Rahayu et al., 2025).

KKM Kelompok 78 Universitas Bina Bangsa (UNIBA) memilih Desa Sumurbandung sebagai lokasi pengabdian dengan fokus pada pendampingan UMKM lokal, khususnya dalam produksi Dapros dan Rengginging. Pemilihan fokus ini didasarkan pada identifikasi awal yang menunjukkan bahwa kedua produk tersebut memiliki potensi besar namun belum dikelola secara optimal dari segi produksi, pengemasan, dan pemasaran. Pendampingan ini diharapkan mampu menjadi katalis dalam transformasi UMKM lokal menuju usaha yang lebih profesional, higienis, dan berdaya saing (Putra & Kurnia, 2025).

Kegiatan pendampingan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari perbaikan teknik produksi, penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan, desain kemasan yang lebih menarik dan informatif, hingga pengenalan strategi pemasaran baik secara konvensional maupun digital. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, di mana mahasiswa KKM terlibat langsung dalam setiap tahapan produksi dan berkolaborasi dengan pelaku UMKM untuk menemukan solusi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan di lapangan (Berbasis et al., 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan KKM Kelompok 78 UNIBA di Desa Sumurbandung tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kewajiban akademik, tetapi juga memberikan dampak nyata bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Melalui pendampingan yang komprehensif dan berkelanjutan, diharapkan pelaku UMKM Dapros dan Rengginging mampu meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kualitas produk, serta memperluas jangkauan pemasaran sehingga keberlangsungan usaha dapat terjaga dan kesejahteraan masyarakat dapat meningkat (Bisnis & Era, 2025).

2. LANDASAN TEORI

2.1 Pemberdayaan UMKM Melalui Pendampingan

Pemberdayaan UMKM merupakan proses peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku usaha kecil agar mampu mengelola usahanya secara lebih efektif dan berkelanjutan. Pendampingan menjadi salah satu pendekatan utama dalam pemberdayaan UMKM, di mana pihak pendamping

memberikan bimbingan, pelatihan, dan dukungan teknis kepada pelaku usaha. Dalam konteks KKM, mahasiswa berperan sebagai fasilitator dan pendamping yang membantu mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, dan mengimplementasikan perbaikan secara kolaboratif dengan pelaku UMKM (Reporting, 2025).

Pendampingan yang efektif tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga mencakup perubahan pola pikir (mindset) pelaku usaha. Pelaku UMKM perlu didorong untuk berpikir lebih inovatif, terbuka terhadap perubahan, dan mampu mengidentifikasi peluang pasar. Dengan demikian, pendampingan menjadi proses transformasi yang holistik, mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap (Aisha et al., 2024).

2.2 Produksi Makanan Tradisional dan Standar Keamanan Pangan

Produksi makanan tradisional memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari produksi makanan modern. Proses produksi makanan tradisional umumnya mengandalkan resep turun-temurun, bahan-bahan alami lokal, dan teknik pengolahan yang spesifik. Namun demikian, produksi makanan tradisional tetap harus memenuhi standar keamanan pangan yang berlaku, meliputi kebersihan bahan baku, proses pengolahan, penyimpanan, dan pengemasan (Permana et al., 2024).

Penerapan prinsip Good Manufacturing Practices (GMP) dan Sanitation Standard Operating Procedures (SSOP) dalam produksi makanan tradisional menjadi penting untuk menjamin keamanan dan kualitas produk. Hal ini mencakup penggunaan alat dan bahan yang bersih, pengelolaan limbah produksi, penyimpanan bahan baku yang tepat, serta pengemasan yang mampu melindungi produk dari kontaminasi. Dengan memenuhi standar tersebut, produk makanan tradisional dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memenuhi persyaratan untuk memasuki pasar yang lebih luas (Budiman, 2025).

2.3 Pengemasan dan Branding Produk Lokal

Pengemasan merupakan aspek krusial dalam pemasaran produk makanan. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen. Kemasan

yang baik harus mampu menyampaikan informasi produk secara jelas, menarik perhatian konsumen, dan mencerminkan identitas serta kualitas produk. Bagi produk makanan tradisional seperti Dapros dan Rengging, kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas segmen pasar (Rasidi et al., 2025).

Branding atau pembangunan merek juga menjadi elemen penting dalam pengembangan produk lokal. Merek yang kuat mampu menciptakan diferensiasi produk di tengah persaingan pasar, membangun loyalitas konsumen, dan meningkatkan persepsi nilai produk. Bagi UMKM lokal, branding dapat dimulai dari penentuan nama produk yang mudah diingat, desain logo yang representatif, serta konsistensi dalam kualitas dan tampilan produk (Sjioen et al., 2025).

2.4 Pemasaran Produk UMKM di Era Digital

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran. Pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan konten digital menjadi strategi yang semakin relevan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Bagi produk makanan tradisional, pemasaran digital dapat menjadi sarana efektif untuk menceritakan kisah di balik produk, menampilkan keunikan proses produksi, dan membangun koneksi emosional dengan konsumen (Setiawan et al., 2025).

Namun demikian, pemasaran digital bagi UMKM di wilayah pedesaan masih menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur. Oleh karena itu, pengenalan dan pendampingan dalam pemasaran digital perlu dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan kapasitas pelaku UMKM (Jahiri et al., 2023).

2.5 Peran KKM dalam Pengembangan Masyarakat

Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) merupakan wujud implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Melalui KKM, mahasiswa diharapkan mampu mengintegrasikan pengetahuan akademik dengan realitas sosial di masyarakat, sekaligus memberikan kontribusi nyata dalam pemecahan permasalahan lokal. KKM juga

menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa untuk mengembangkan soft skills seperti komunikasi, kerja sama tim, problem solving, dan kepemimpinan (Yusuf et al., 2024).

Dalam konteks pengembangan UMKM, KKM dapat berperan sebagai jembatan antara dunia akademik dan dunia usaha, di mana mahasiswa membawa perspektif baru, pengetahuan terkini, dan energi kreatif untuk mendorong inovasi dan perbaikan dalam pengelolaan usaha masyarakat (Jahri et al., 2024).

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Participatory Action Research (PAR). Metode ini dipilih karena kegiatan KKM Kelompok 78 UNIBA tidak hanya bertujuan untuk mengamati dan menganalisis kondisi produksi Dapros dan Rengging di Desa Sumurbandung, tetapi juga melibatkan tindakan nyata berupa pendampingan dan partisipasi langsung dalam proses produksi (Yusuf et al., 2024).

Pendekatan partisipatif memungkinkan keterlibatan aktif antara mahasiswa KKM dan pelaku UMKM dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan solusi, pelaksanaan pendampingan, hingga evaluasi hasil. Dengan pendekatan ini, solusi yang dihasilkan tidak bersifat top-down, melainkan berkembang dari kebutuhan dan kondisi nyata di lapangan (Kurdi et al., 2024).

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. **Observasi Lapangan:** Digunakan untuk mengamati secara langsung proses produksi Dapros dan Rengging, kondisi tempat produksi, peralatan yang digunakan, teknik pengemasan, serta pola pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM.
2. **Partisipasi Langsung:** Mahasiswa KKM terlibat aktif dalam setiap tahapan produksi, mulai dari persiapan bahan baku, proses pengolahan, pengemasan, hingga distribusi produk. Partisipasi ini memungkinkan mahasiswa memahami secara mendalam tantangan dan peluang

dalam produksi Dapros dan Rengginging.

3. Wawancara Semi-Terstruktur: Dilakukan kepada pelaku UMKM, tokoh masyarakat, dan konsumen untuk menggali informasi mengenai sejarah produk, teknik produksi, kendala yang dihadapi, harapan pengembangan, serta respons terhadap perubahan yang dilakukan.
4. Dokumentasi: Berupa foto kegiatan, video proses produksi, catatan lapangan, tangkapan layar desain kemasan, dan hasil produk yang dihasilkan selama proses pendampingan (Wiweko & Anggara, 2025).

3.2 Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan KKM Kelompok 78 UNIBA di Desa Sumurbandung terdiri atas beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Analisis Kondisi Awal: Difokuskan pada pemetaan kondisi produksi Dapros dan Rengginging, identifikasi permasalahan dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran, serta penilaian kapasitas dan kebutuhan pelaku UMKM.
2. Tahap Perencanaan: Diarahkan pada penyusunan rencana pendampingan yang mencakup perbaikan teknik produksi, penerapan standar kebersihan, redesign kemasan, dan pengenalan strategi pemasaran.
3. Tahap Pelaksanaan: Dilakukan melalui pendampingan langsung yang meliputi:
 - a. Partisipasi dalam proses produksi Dapros dan Rengginging
 - b. Pendampingan penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan
 - c. Perbaikan dan inovasi teknik produksi
 - d. Desain dan pembuatan kemasan baru yang lebih menarik
 - e. Pengenalan strategi pemasaran dan branding produk

f. Pendampingan pembuatan konten pemasaran sederhana (Jahiri et al., 2023)

4. Tahap Evaluasi: Bertujuan untuk menilai perubahan yang terjadi pada aspek produksi, kualitas produk, pengemasan, dan pemahaman pemasaran pelaku UMKM setelah mengikuti pendampingan (Sumarni et al., 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kondisi Awal Produksi Dapros dan Rengginging

Hasil analisis pada tahap awal menunjukkan bahwa produksi Dapros dan Rengginging di Desa Sumurbandung masih dilakukan secara tradisional dengan peralatan dan metode yang sederhana. Proses produksi umumnya dilakukan di dapur rumah tangga dengan kondisi kebersihan yang belum sepenuhnya memenuhi standar keamanan pangan. Bahan baku diperoleh dari pasar lokal dan kebun milik sendiri, namun penyimpanan dan penanganan bahan baku belum dilakukan secara optimal.

Dari segi pengemasan, produk Dapros dan Rengginging masih dikemas secara sederhana menggunakan plastik biasa tanpa label, informasi produk, atau identitas merek yang jelas. Hal ini menyebabkan produk kurang menarik bagi konsumen dan sulit untuk bersaing dengan produk sejenis di pasaran. Belum ada standarisasi ukuran, berat, atau tampilan produk yang konsisten.

Aspek pemasaran juga masih sangat terbatas. Pelaku UMKM umumnya hanya menjual produk di pasar tradisional setempat atau menerima pesanan dari tetangga dan kerabat. Belum ada upaya pemasaran yang terstruktur, baik secara konvensional maupun digital. Pemahaman pelaku UMKM tentang strategi pemasaran, branding, dan pengelolaan usaha masih sangat minim.

4.2 Pendampingan dalam Proses Produksi

Setelah dilakukan analisis kondisi awal, KKM Kelompok 78 UNIBA melaksanakan pendampingan langsung dalam proses produksi Dapros dan Rengginging. Mahasiswa terlibat aktif dalam setiap tahapan produksi, mulai dari persiapan bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan.

Melalui partisipasi langsung ini, mahasiswa dapat mengidentifikasi titik-titik kritis dalam proses produksi yang memerlukan perbaikan.

Pendampingan produksi mencakup beberapa aspek penting:

1. Perbaikan Teknik Produksi: Mahasiswa KKM memberikan saran dan bantuan dalam memperbaiki teknik produksi agar lebih efisien dan konsisten. Hal ini meliputi standardisasi takaran bahan baku, pengaturan suhu dan waktu pengolahan yang tepat, serta perbaikan urutan proses produksi untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih seragam.
2. Penerapan Standar Kebersihan: Pendampingan juga menekankan pentingnya kebersihan dalam proses produksi makanan. Mahasiswa membantu pelaku UMKM menerapkan prinsip dasar kebersihan, seperti penggunaan celemek dan sarung tangan, pencucian peralatan yang proper, pengelolaan area produksi yang bersih, serta penanganan bahan baku yang higienis.
3. Pengelolaan Bahan Baku: Pelaku UMKM didampingi dalam hal seleksi bahan baku yang berkualitas, penyimpanan yang tepat untuk menjaga kesegaran, serta pengelolaan stok bahan baku agar proses produksi dapat berjalan secara kontinu tanpa gangguan.

4.3 Perbaikan Pengemasan dan Branding

Salah satu fokus utama pendampingan adalah perbaikan pengemasan produk Dapros dan Renggining. Mahasiswa KKM membantu pelaku UMKM dalam:

1. Desain Kemasan Baru: Membuat desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan mencerminkan identitas produk lokal. Kemasan baru dilengkapi dengan nama produk, logo sederhana, komposisi bahan, tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi kontak produsen.
2. Pemilihan Material Kemasan: Memberikan rekomendasi material kemasan yang lebih baik untuk menjaga kualitas dan memperpanjang masa

simpan produk, sekaligus tetap ramah lingkungan.

3. Pembuatan Label dan Stiker: Membantu pembuatan label produk yang profesional dan konsisten untuk membangun identitas merek Dapros dan Renggining Desa Sumurbandung.
4. Standardisasi Kemasan: Menetapkan ukuran dan tampilan kemasan yang konsisten untuk setiap varian produk, sehingga memudahkan dalam pengelolaan stok dan pemasaran.

4.4 Pengenalan Strategi Pemasaran

Selain aspek produksi dan pengemasan, KKM Kelompok 78 UNIBA juga memberikan pendampingan dalam hal strategi pemasaran. Kegiatan ini meliputi:

1. Pemetaan Pasar: Membantu pelaku UMKM mengidentifikasi segmen pasar potensial untuk produk Dapros dan Renggining, baik di tingkat lokal maupun regional.
2. Strategi Pemasaran Konvensional: Memberikan saran mengenai perluasan saluran distribusi, seperti menitipkan produk di toko-toko, warung, dan pusat oleh-oleh di sekitar wilayah.
3. Pengenalan Pemasaran Digital: Memperkenalkan konsep dasar pemasaran melalui media sosial, seperti pembuatan akun bisnis di platform media sosial, teknik fotografi produk sederhana, dan penyusunan konten promosi yang menarik.
4. Pembuatan Konten Pemasaran: Membantu pelaku UMKM membuat konten visual dan naratif yang menceritakan keunikan produk Dapros dan Renggining, proses pembuatannya, serta nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

4.5 Dampak Pendampingan terhadap UMKM

Pendampingan yang dilakukan oleh KKM Kelompok 78 UNIBA memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pelaku UMKM Dapros dan Renggining di Desa Sumurbandung. Perubahan kondisi tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Perbandingan Kondisi UMKM Dapros dan Renggining Sebelum dan Sesudah Pendampingan

No	Indikator	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
----	-----------	----------------------	----------------------

1.	Teknik Produksi	Tradisional , tidak terstandarisasi	Lebih terstruktur dan higienis
2.	Standar Kebersihan	Belum diperhatikan	Diterapkan secara konsisten
3.	Pengemasan Produk	Plastik biasa tanpa label	Kemasan menarik dengan identitas merek
4.	Kualitas Produk	Tidak konsisten	Lebih konsisten dan terjaga
5.	Jangkauan Pemasaran	Terbatas lokal (tetangga)	Lebih luas (pasar, toko, media sosial)
6.	Pemahaman Branding	Belum ada	Mulai memahami pentingnya merek
7.	Pencatatan Produksi	Tidak ada	Mulai dilakukan pencatatan sederhana

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan langsung dengan pendekatan partisipatif terbukti efektif dalam membantu pelaku UMKM Dapros dan Rengginging di Desa Sumurbandung. Keterlibatan aktif mahasiswa KKM dalam proses produksi tidak hanya memberikan transfer pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga membangun hubungan kepercayaan dan kolaborasi yang kuat antara mahasiswa dan masyarakat.

Rendahnya literasi pelaku UMKM mengenai standar produksi makanan, pengemasan, dan pemasaran menjadi kendala utama yang berhasil diatasi melalui pendampingan bertahap. Pelaku UMKM yang sebelumnya hanya memproduksi secara rutin tanpa memperhatikan aspek kebersihan dan konsistensi, kini mulai memahami pentingnya standar kualitas dalam menjaga kepercayaan konsumen dan memperluas pasar.

Perbaikan pengemasan menjadi salah satu perubahan paling terlihat dan berdampak. Produk Dapros dan Rengginging yang sebelumnya hanya dibungkus plastik biasa kini tampil dengan kemasan yang lebih

profesional dan informatif. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga memberikan informasi yang diperlukan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Kemasan baru juga memungkinkan produk untuk dipasarkan yang lebih luas, seperti toko oleh-oleh dan minimarket lokal.

Pengenalan pemasaran digital, meskipun masih dalam tahap awal, membuka wawasan baru bagi pelaku UMKM mengenai potensi pasar yang lebih luas. Pelaku UMKM mulai memahami bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk mempromosikan produk, menjangkau konsumen baru, dan membangun citra merek. Konten-konten sederhana berupa foto produk dan cerita di balik proses produksi mulai dibuat dan dibagikan melalui platform media sosial.

Secara keseluruhan, kegiatan KKM Kelompok 78 UNIBA di Desa Sumurbandung membuktikan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat menjadi katalis efektif dalam pemberdayaan UMKM lokal. Pendampingan yang komprehensif, mencakup aspek produksi, pengemasan, dan pemasaran, mampu mendorong transformasi UMKM tradisional menuju usaha yang lebih profesional dan berdaya saing, tanpa menghilangkan kearifan lokal dan keunikan produk yang menjadi identitas Desa Sumurbandung.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama, pada tahap awal, produksi Dapros dan Rengginging di Desa Sumurbandung masih dilakukan secara tradisional dengan keterbatasan dalam hal teknik produksi, standar kebersihan, pengemasan, dan strategi pemasaran. Pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pentingnya standarisasi produksi, branding, dan pemasaran yang terstruktur.

Kedua, pendampingan yang dilakukan oleh KKM Kelompok 78 UNIBA melalui pendekatan partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Keterlibatan langsung mahasiswa dalam proses produksi, perbaikan

pengemasan, dan pengenalan strategi pemasaran memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas produk dan perluasan jangkauan pemasaran.

Ketiga, perbaikan pengemasan dan branding menjadi salah satu perubahan paling signifikan yang dihasilkan dari kegiatan pendampingan. Produk Dapros dan Rengginging kini memiliki identitas merek yang lebih jelas, kemasan yang lebih menarik dan informatif, serta tampilan yang lebih profesional dan kompetitif.

Keempat, kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat melalui program KKM dapat menjadi model efektif dalam pemberdayaan UMKM lokal. Pendampingan yang komprehensif dan berkelanjutan mampu mendorong transformasi UMKM tradisional tanpa menghilangkan nilai kearifan lokal yang melekat pada produk.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

1. Rektor Universitas Bina Bangsa
2. LPPM Universitas Bina Bangsa
3. Kades Desa Sumurbandung
4. Dosen Pembimbing KKM
Universitas Bina Bangsa
5. Warga masyarakat Desa
Sumurbandung

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, I., Istighfan, Y., Karimatussya'fi, I., Kurniawan, A., Kholil, M., & Wihartati, W. (2024). Penguatan ekonomi lokal Desa Sendangdawung melalui workshop dan pendampingan UMKM. *Kesejahteraan Bersama: Jurnal Pengabdian Dan Keberlanjutan Masyarakat*, 1(4), 30–37.
- Budiman, A. (2025). Optimalisasi Produk UMKM Melalui Pendampingan Pemasaran Digital dan Branding Lokal di Desa Patala, Kecamatan Cilebak, Kabupaten Kuningan: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3919–3925.
- Kurdi, M., Nisa, D. A., Rahmah, U., Andini, D. I., Ardianty, R. S., Amir, M., Taqvim, M. A., & Wahyudi, A. (2024). Pendampingan UMKM: Meningkatkan daya saing dan inovasi di era digital pada UMKM Bintang Emas di Desa Kasengan, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep. *Dinamika Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Transformasi Kesejahteraan*, 1(2), 31–39.
- Permana, A. Y., Simanjuntak, N., Hutabarat, A., Lumbangaol, A., Simara-mare, D., Peronica, J., Nikita, N., Purba, R., & Hutaaruk, F. (2024). Pendampingan UMKM untuk meningkatkan omset penjualan di era digital pada UMKM keripik singkong berkah kecamatan bandar, kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(1), 75–79.
- Putra, R. I. M., & Kurnia, A. C. (2025). Peran pendampingan UMKM terhadap penguatan strategi bisnis lokal di era digital. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(4), 789–794.
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Ardiyansyah, A. (2025). Pendampingan Umkm Berbasis Produk Lokal Dalam Membangun Brand Yang Berkelanjutan Di Desa Labuhan Sumbawa. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 43–48.
- Rasidi, M., Anam, S., Ubaidillah, M. R., Ramdhani, R. A., Qudsi, Z., Arifin, S., & others. (2025). Pendampingan UMKM berbasis potensi lokal: Strategi meningkatkan daya saing di Desa Pesisir Besuki. *Mumtaza: Journal of Community Engagement*, 1(2), 73–81.
- Setiawan, H., Choirunnisa, C., Meriwijaya, M., & Erison, Y. (2025). Pendampingan Kelompok Mahasiswa dalam Meningkatkan Nilai Branding UMKM Lokal di Desa Blado Kecamatan Blado Kabupaten Batang. *Hippocampus*, 4(1), 1–9.
- Sjioen, A. E., Sulistyaningsih, E., & others. (2025). Optimalisasi Media Sosial dan Marketplace Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9046–9055.
- Tohari, A., Faisol, F., Fauzi, D. A. S., Prayogy, M. D., & Khoiriyah, W. (2025). Pemberdayaan ekonomi lokal: Pendampingan digital marketing untuk UMKM Jatirejo. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–9.

