

Aplikasi Peningkatan Diversifikasi Produk dan Penjualan UMKM Singkong Krispi Ngalam

Candra Wahyu Hidayat¹, Riril Mardiana Firdaus², Gaguk Susanto³, Anaswa Zalfa Keisabilila⁴, Karin Nisa Rosil Agustin⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

Received : 28 September 2026, Revised : 10 Oktober 2026, Published : 19 Oktober 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Candra Wahyu Hidayat

E-mail: candra@unikama.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupaya mengoptimalkan kapasitas operasional UMKM Singkong Krispi Ngalam melalui modernisasi alat produksi, perluasan pemasaran secara digital, serta perbaikan sistem administrasi keuangan. Permasalahan utama mitra mencakup keterbatasan sarana manufaktur, minimnya ragam produk, ketergantungan pada model pemasaran konvensional, serta ketidakadaan pencatatan kas yang terstruktur. Menggunakan metode Participatory Learning and Action (PLA), intervensi dilakukan secara bertahap meliputi koordinasi, edukasi, implementasi teknologi tepat guna, pendampingan, hingga evaluasi. Program ini memfasilitasi pengadaan mesin manufaktur modern, pengayaan varian rasa beserta pembaruan kemasan, pelatihan promosi berbasis media sosial dan marketplace, serta bimbingan akuntansi sederhana. Dampak dari program ini menunjukkan kenaikan volume produksi harian dari 15 kg menjadi 40 kg, hadirnya empat pilihan rasa baru, peningkatan daya tarik kemasan (branding), dan jangkauan pasar yang lebih luas. Di samping itu, mitra kini mampu mengelola arus kas secara terpisah antara keperluan bisnis dan rumah tangga. Secara menyeluruh, program ini berhasil memperkuat produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan bisnis olahan singkong lokal.

Kata Kunci - digital marketing, diversifikasi produk, UMKM, teknologi produksi modern, singkong krispi

Abstract

This community service initiative aims to optimize the operational capacity of the "Singkong Krispi Ngalam" MSME through the modernization of production equipment, expansion of digital marketing, and improvement of financial administration systems. The partner's primary challenges included limited manufacturing facilities, a lack of product variety, reliance on conventional marketing methods, and the absence of structured cash record-keeping. Employing the Participatory Learning and Action (PLA) method, the intervention was carried out in stages, encompassing coordination, education, the implementation of appropriate technology, mentoring, and evaluation. The program facilitated the acquisition of modern manufacturing machinery, the development of new flavor variants and updated packaging, training on social media and marketplace-based promotion, and guidance on basic accounting. The program's impact is evident in the increase in daily production volume from 15 kg to 40 kg, the introduction of four new flavor options, enhanced packaging appeal (branding), and broader market reach. Furthermore, the partner is now able to manage cash flow by separating business and household expenses. Overall, the program has successfully strengthened the productivity, competitiveness, and sustainability of this local cassava processing business.

Keywords - digital marketing, crispy cassava, modern production technology, product diversification, UMKM

How To Cite : Hidayat, C. W. ., Firdaus, R. M. ., Susanto, G. ., Keisabilila, A. Z. ., & Agustin, K. N. R. . (2026). *Aplikasi Peningkatan Diversifikasi Produk dan Penjualan UMKM Singkong Krispi Ngalam*. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 3(12), 1405-1416. <https://doi.org/10.59837/q403nq18>

Copyright ©2026 Candra Wahyu Hidayat, Riril Mardiana Firdaus, Gaguk Susanto, Anaswa Zalfa Keisabilila, Karin Nisa Rosil Agustin

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi produksi dan transformasi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menyesuaikan proses bisnis agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. UMKM memiliki posisi penting dalam perekonomian karena berkontribusi terhadap aktivitas ekonomi masyarakat, penciptaan kesempatan kerja, dan pengembangan potensi ekonomi lokal. Namun, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang tersebut tidak hanya ditentukan oleh keberadaan produk, tetapi juga oleh kapasitas produksi, pengelolaan kualitas, strategi pemasaran, penguatan identitas merek, dan tata kelola keuangan. Oleh sebab itu, pengembangan UMKM perlu dilakukan melalui pendekatan yang mengintegrasikan aspek produksi dan manajemen usaha, bukan hanya berorientasi pada peningkatan penjualan. Pemanfaatan teknologi produksi dapat membantu pelaku usaha memperbaiki efisiensi proses kerja, menjaga konsistensi mutu, dan meningkatkan kemampuan memenuhi permintaan pasar. Dalam konteks UMKM pangan, penerapan peralatan yang sesuai dengan kebutuhan produksi perlu disertai dengan pengendalian proses dan penyesuaian kapasitas usaha agar manfaat teknologi dapat diterapkan secara berkelanjutan (Wachyuni et al., 2024). Di sisi pemasaran, pemanfaatan media digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan konsumen, menyampaikan informasi produk, serta membangun komunikasi dengan pelanggan. Purwanti et al. (2022) membahas keterkaitan kapabilitas digital marketing dengan kinerja UMKM, sedangkan Sharabati et al. (2024) menunjukkan relevansi strategi pemasaran digital terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. Meskipun demikian, pemanfaatan kanal digital perlu didukung oleh konten yang sesuai, pengelolaan akun yang konsisten, dan identitas merek yang mudah dikenali agar tidak berhenti pada sekadar pembuatan akun media sosial.

Selain produksi dan pemasaran, pengelolaan keuangan merupakan unsur penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Pencatatan transaksi secara teratur dapat membantu pemilik usaha memantau penerimaan dan pengeluaran, menghitung hasil usaha, serta menyediakan informasi untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Tantra et al. (2025) menekankan pentingnya perencanaan manajemen keuangan dalam mendukung pengelolaan risiko dan keberlanjutan UMKM. Dengan demikian, penguatan UMKM perlu diarahkan pada keterpaduan antara perbaikan proses produksi, pengembangan produk dan kemasan, pemasaran digital, serta pembukuan sederhana. Keterpaduan tersebut menjadi dasar bagi pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada penyelesaian masalah nyata mitra. Salah satu usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan melalui pendekatan tersebut adalah UMKM Singkong Ngalam milik Bapak Buang Sutomo yang berlokasi di Jalan Klayatan II Nomor 31, RT/RW 012/012, Kelurahan Bandungrejosari, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Usaha ini dirintis pada tahun 2019 dengan memanfaatkan singkong sebagai bahan baku utama untuk menghasilkan produk pangan olahan. Singkong memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah melalui pengolahan, inovasi produk, dan pengemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Berdasarkan data awal yang diperoleh dari mitra, produksi singkong krispi original mencapai sekitar 15 kg per hari dengan harga jual Rp40.000 per kilogram. Data tersebut memberikan gambaran awal mengenai skala operasional usaha, tetapi belum dapat digunakan untuk menyimpulkan tingkat keuntungan karena masih diperlukan informasi mengenai biaya bahan baku, tenaga kerja, energi, kemasan, dan biaya operasional lainnya.

Berdasarkan observasi awal dan diskusi dengan mitra, permasalahan usaha dapat dikelompokkan ke dalam tiga aspek utama, yaitu produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan.

Pada aspek produksi, penggunaan peralatan yang masih sederhana membatasi peluang peningkatan efisiensi proses dan konsistensi hasil. Produk juga memerlukan pengembangan dari segi variasi, ukuran kemasan, dan tampilan visual agar memiliki pilihan yang lebih beragam bagi konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha tidak cukup dilakukan melalui penambahan volume produksi, tetapi perlu disertai penyesuaian teknologi, perbaikan proses kerja, dan penguatan nilai tambah produk. Pada aspek pemasaran, penjualan masih mengandalkan transaksi langsung dan sistem titip jual di warung sekitar lokasi usaha. Pola tersebut membantu mempertahankan akses terhadap konsumen lokal, tetapi belum sepenuhnya membuka peluang pemasaran melalui kanal digital. Mitra juga memerlukan pendampingan dalam pengelolaan media sosial, penyusunan konten promosi, pengambilan foto produk, serta penguatan branding dan desain kemasan. Branding dalam konteks ini tidak hanya berkaitan dengan tampilan logo atau label, tetapi juga dengan upaya membangun identitas produk yang konsisten sehingga konsumen dapat mengenali dan membedakannya dari produk sejenis. Penggunaan media sosial dan platform digital yang disertai strategi komunikasi yang tepat berpotensi memperluas jangkauan pemasaran serta memperkuat hubungan dengan konsumen (Purwanti et al., 2022; Sharabati et al., 2024).

Permasalahan berikutnya terdapat pada aspek pengelolaan keuangan. Berdasarkan keterangan awal mitra, pencatatan keuangan belum dilakukan secara sistematis dan keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga. Kondisi tersebut dapat menyulitkan pemilik dalam membedakan modal usaha, penerimaan penjualan, biaya operasional, dan hasil usaha yang diperoleh. Tanpa pencatatan yang memadai, keputusan mengenai penetapan harga, pengadaan bahan baku, maupun pengembangan kapasitas produksi berisiko tidak didasarkan pada informasi keuangan yang lengkap. Oleh karena itu, pendampingan pembukuan sederhana diperlukan agar mitra memiliki dasar pencatatan yang lebih teratur dan dapat menggunakan informasi tersebut untuk mengevaluasi perkembangan usahanya (Tantra et al., 2025). Kondisi dan kebutuhan tersebut perlu ditempatkan dalam konteks kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan sebelumnya. Ash Shiddiqy et al. (2024), melalui artikel berjudul *Pendampingan Manajemen Usaha dengan Pemanfaatan Digital Marketing dan Penguatan Brand pada UMKM Singkong Ngalam di Sukun Kota Malang*, melaporkan kegiatan pendampingan yang berfokus pada pengenalan pemasaran digital dan penguatan merek. Program tersebut mencakup pembuatan akun Instagram dan TikTok, pengembangan logo dan foto produk, pembaruan desain label, pembuatan banner, serta pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps. Publikasi itu menunjukkan bahwa penguatan identitas merek dan keberadaan digital telah menjadi bagian dari upaya pengembangan UMKM Singkong Ngalam. Keberadaan kegiatan terdahulu tersebut menjadi landasan penting bagi perumusan program pengabdian berikutnya. Agar tidak sekadar mengulang kegiatan yang telah dipublikasikan, program ini diarahkan pada penguatan aspek yang berbeda, yaitu peningkatan efisiensi melalui penerapan teknologi produksi, pengembangan diversifikasi produk dan kemasan, serta pembenahan pengelolaan keuangan melalui pembukuan sederhana. Aspek pemasaran digital dan branding ditempatkan sebagai bagian yang terintegrasi dengan penguatan produksi, bukan sebagai satu-satunya fokus intervensi. Dengan demikian, kontribusi program ini terletak pada pendekatan pendampingan yang lebih menyeluruh terhadap proses bisnis mitra, mulai dari pengolahan produk hingga pencatatan keuangan. Perbedaan tersebut perlu dibuktikan melalui uraian pelaksanaan dan hasil kegiatan, termasuk kondisi awal, bentuk intervensi, serta perubahan yang benar-benar terukur setelah program dilaksanakan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi UMKM Singkong Ngalam melalui penerapan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mitra, mendorong pengembangan variasi produk dan kemasan, memperkuat kemampuan pemasaran digital dan branding, serta meningkatkan keteraturan pengelolaan keuangan melalui pembukuan sederhana. Pelaksanaan kegiatan diarahkan untuk menghasilkan perbaikan yang dapat diamati dan dievaluasi, seperti perubahan kapasitas dan waktu produksi, konsistensi mutu produk, kesiapan materi promosi digital, serta kelengkapan

pencatatan transaksi usaha. Indikator tersebut diharapkan dapat menjadi dasar evaluasi manfaat program, bukan sekadar asumsi bahwa intervensi secara otomatis meningkatkan penjualan atau keuntungan. Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan mendukung pengembangan UMKM Singkong Ngalam melalui penguatan kapasitas produksi dan tata kelola usaha yang lebih terstruktur. Integrasi teknologi produksi, pengembangan produk, pemasaran digital, branding, dan pembukuan sederhana diharapkan dapat membantu mitra mengambil keputusan usaha secara lebih tepat, memperluas peluang pasar, dan meningkatkan kesiapan usaha untuk berkembang secara berkelanjutan. Hasil kegiatan juga diharapkan dapat menjadi pembelajaran praktis bagi pendampingan UMKM pangan olahan berbasis komoditas lokal dengan karakteristik dan kebutuhan yang sejenis.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Singkong Krispi Ngalam milik Bapak Buang Sutomo yang berlokasi di Kelurahan Bandungrejosari, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur. Kegiatan ini merupakan program pengabdian tahun 2026 yang direncanakan dan dilaksanakan dalam satu tahun. Pelaksanaan kegiatan lapangan yang tercatat dalam laporan kemajuan berlangsung pada 8 Juli hingga 6 Agustus 2026. Mitra sasaran merupakan pelaku usaha mikro di bidang pengolahan pangan berbahan baku singkong yang telah beroperasi sejak tahun 2019. Pada kondisi awal, mitra mampu memproduksi sekitar 15 kg singkong krispi original per hari dengan harga jual Rp40.000 per kilogram. Permasalahan yang menjadi dasar pelaksanaan program meliputi keterbatasan teknologi produksi, minimnya variasi produk, belum optimalnya pemanfaatan pemasaran digital, serta belum tertatanya pencatatan keuangan usaha. Program ini menggunakan pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA), yaitu metode pemberdayaan yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Melalui pendekatan ini, mitra tidak hanya menerima materi dan bantuan teknologi, tetapi juga terlibat aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi hasil. Pendekatan PLA dipilih karena mampu mendorong peningkatan kapasitas mitra secara partisipatif dan berkelanjutan.

Pelaksanaan program dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu koordinasi, edukasi, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Tahap koordinasi dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi bersama mitra untuk mengidentifikasi permasalahan pada aspek produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Selanjutnya, tim menyiapkan teknologi dan sarana pendukung yang akan diterapkan, meliputi mesin pengupas singkong, kompor penggorengan yang lebih efisien, mesin peniris minyak (*spinner*), mesin pengemas (*continuous sealer*), serta perangkat pendukung pelatihan digital marketing dan pembukuan usaha. Tahap pelatihan dan pendampingan difokuskan pada tiga bidang utama. Pertama, bidang produksi yang meliputi penggunaan peralatan produksi modern, peningkatan variasi produk, dan pengembangan kemasan yang lebih menarik. Kedua, bidang pemasaran yang mencakup penerapan strategi pemasaran terpadu (*offline-online*), pemanfaatan media sosial dan *marketplace*, serta penguatan branding produk. Ketiga, bidang manajemen keuangan yang meliputi pelatihan pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, serta penyusunan pembukuan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Seluruh kegiatan dilaksanakan melalui metode demonstrasi, praktik langsung, konsultasi, dan pendampingan berkelanjutan sehingga mitra mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh secara mandiri.

Tahap persiapan implementasi dilaksanakan melalui koordinasi program kerja bersama mitra pada 16 Juli 2026, dilanjutkan dengan koordinasi alih teknologi dan pengadaan peralatan pada 18 Juli 2026. Pada 22 Juli 2026, tim melakukan persiapan logistik dan kebutuhan penerapan teknologi. Tahap ini bertujuan memastikan kesiapan peralatan dan pelaksanaan program sesuai dengan permasalahan prioritas mitra. Intervensi selanjutnya diarahkan pada tiga bidang utama, yaitu produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan, yang dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan sesuai dengan jadwal kegiatan.

Pelatihan dan pendampingan produksi dilaksanakan pada 24 Juli 2026 dengan fokus pada penerapan teknologi produksi, peningkatan efisiensi proses pengolahan, pengembangan variasi produk, dan perbaikan kemasan. Kegiatan ini diarahkan untuk membantu mitra memahami penggunaan peralatan yang mendukung proses produksi serta mengembangkan produk dengan nilai tambah yang lebih baik. Pelatihan pemasaran dilaksanakan pada 28 Juli 2026 dengan fokus pada pemanfaatan media digital, pengembangan konten promosi, penguatan identitas merek, dan perluasan saluran pemasaran. Sementara itu, pelatihan manajemen keuangan dilaksanakan pada 31 Juli 2026 melalui pendampingan pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pemisahan keuangan usaha dari keuangan rumah tangga, serta penerapan pembukuan sederhana. Ketiga kegiatan tersebut dirancang agar mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga memiliki keterampilan yang dapat diterapkan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Pelaksanaan program melibatkan tim dosen Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, pemilik UMKM sebagai mitra utama, serta mahasiswa yang membantu kegiatan lapangan. Ketua tim, Dr. Candra Wahyu Hidayat, M.M., bertanggung jawab mengoordinasikan pelaksanaan program, menyelaraskan kegiatan dengan kebutuhan mitra, serta mendukung pendampingan produksi, pengembangan produk, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Anggota tim, Dr. Riril Mardiana Firdaus, M.M., berkontribusi dalam pendampingan manajemen usaha, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Anggota tim, Gaguk Susanto, S. Kom., M.Cs., mendukung penerapan teknologi informasi dan penguatan pemasaran digital. Mahasiswa membantu persiapan kegiatan, observasi, dokumentasi, pengumpulan data, dan penyusunan luaran pengabdian. Adapun mitra berperan menyediakan informasi mengenai kondisi usaha, berpartisipasi dalam pelatihan dan praktik, serta menerapkan pengetahuan dan teknologi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan usahanya. Jumlah pasti peserta pelatihan selain pemilik usaha perlu ditetapkan berdasarkan daftar hadir masing-masing kegiatan agar karakteristik dan keterlibatan peserta dapat dilaporkan secara akurat.

Evaluasi kegiatan dilaksanakan pada 4 Agustus 2026 di Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, kemudian dilanjutkan dengan pendampingan mitra pada 6 Agustus 2026. Evaluasi diarahkan untuk meninjau pelaksanaan kegiatan serta mengidentifikasi penerapan hasil pelatihan pada aspek produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Instrumen yang dapat digunakan untuk mendukung evaluasi meliputi lembar observasi proses produksi, dokumentasi kondisi produk dan kemasan, pemeriksaan pemanfaatan kanal pemasaran digital, serta pemeriksaan buku kas atau catatan transaksi usaha. Data kondisi awal dan kondisi setelah program dapat dibandingkan apabila tersedia pengukuran yang sebanding. Penggunaan kuesioner, tes sebelum dan sesudah pelatihan, atau instrumen penilaian keterampilan hanya dicantumkan apabila benar-benar dilaksanakan dan memiliki bukti pendukung. Pendekatan evaluasi tersebut diperlukan untuk membedakan keterlaksanaan program dari perubahan hasil yang dicapai oleh mitra. Evaluasi program dilakukan secara partisipatif dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan. Indikator evaluasi meliputi peningkatan kapasitas dan efisiensi produksi, bertambahnya variasi produk dan kualitas kemasan, meningkatnya pemanfaatan digital marketing, serta tertatanya sistem pencatatan keuangan usaha. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menentukan tindak lanjut program dan memastikan keberlanjutan penerapan teknologi serta pengelolaan usaha pada UMKM Singkong Krispi Ngalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada UMKM Singkong Krispi Ngalam melalui serangkaian kegiatan yang meliputi koordinasi awal, survei lapangan, implementasi program, transfer teknologi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Seluruh tahapan kegiatan terlaksana sesuai dengan rencana kerja dengan tingkat ketercapaian 100%. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra pada aspek produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Hasil observasi menunjukkan bahwa proses produksi masih dilakukan secara

sederhana, pemasaran belum memanfaatkan media digital secara optimal, dan pencatatan keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga.

Pada aspek produksi, program mendukung mitra melalui penyediaan mesin pengupas singkong, kompor penggorengan berkapasitas besar, mesin peniris minyak (*spinner*), dan mesin pengemas (*continuous sealer*). Peralatan tersebut ditujukan untuk membantu pekerjaan pada tahap pengupasan, penggorengan, penirisan minyak, dan pengemasan. Penerapan teknologi diharapkan dapat memperlancar alur kerja serta membantu mitra mengelola proses produksi secara lebih sistematis. Manfaat peralatan perlu dinilai berdasarkan perubahan operasional yang terjadi. Indikator yang dapat digunakan antara lain jumlah produk yang dihasilkan dalam periode yang sama, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan satu siklus produksi, tingkat penggunaan peralatan, dan konsistensi hasil pengemasan. Indikator tersebut dapat membantu membedakan antara keluaran berupa tersedianya peralatan dan hasil berupa perubahan proses produksi.

Data yang disampaikan dalam pelaksanaan program menyebutkan produksi awal sekitar 15 kg per hari dan produksi setelah intervensi sebesar 40 kg per hari. Secara matematis, perbedaan tersebut setara dengan tambahan 25 kg per hari atau sekitar 166,7% dibandingkan nilai awal. Akan tetapi, angka tersebut hanya dapat ditafsirkan sebagai peningkatan produksi yang sebanding apabila kedua nilai merujuk pada jenis produk yang sama dan diukur menggunakan metode serta periode yang sepadan. Perlu dipastikan pula apakah satuan kilogram merujuk pada singkong mentah atau produk krispi siap jual. Tabel 1 menunjukkan perubahan kondisi UMKM Singkong Krispi Ngalam sebelum dan sesudah pelaksanaan program.

Tabel 1. Perubahan Kondisi UMKM Singkong Krispi Ngalam sebelum dan sesudah pelaksanaan program.

No	Sebelum PKM	Sesudah PKM	Keterangan
1	Produski Singkong Goreng Krispy Ngalam dalam sehari hanya mampu menghasilkan 15 kg., hal tersebut karena keterbatasan teknologi modern	Produski Singkong Goreng Krispy Ngalam dalam sehari hanya mampu menghasilkan 40 kg., hal tersebut karena keterbatasan teknologi modern	Produksi Naik 100% - 200%
2	Kualitas produksi belum standar	Kualitas produksi sudah standar	Peningkatan kualitas kemasan naik 100%
3	Hanya ada varian rasa original saja	Sudah ada 4 varian rasa Original Asin Gurih, Balado, Barbeque (BBQ) Pedas.	Varian sara naik 4 kali lipat
4	Belum menerapkan digital marketing, pemasaran masih konvensional	Sudah menerapkan digital marketing, pemasaran diterapkan secara offline dan online	Produk lebih dikenal pasar yang lebih luas
5	Keuangan masih bercampur dengan keuangan keluarga	Sudah menerapkan pembukuan keuangan yang baku, sehingga dapat mengetahui uang masuk dan uang keluar (arus kas)	Peningkatan manajemen keuangan hasil usaha secara rapi

Data menunjukkan bahwa kapasitas produksi meningkat dari 15 kg menjadi 40 kg per hari. Peningkatan tersebut terjadi karena penggunaan teknologi produksi yang mampu mempercepat proses pengupasan, penggorengan, penirisan minyak, dan pengemasan produk. Selain itu, mitra berhasil mengembangkan empat varian rasa, yaitu original gurih, balado, barbeque, dan pedas, sehingga memberikan nilai tambah produk dan memperluas pilihan bagi konsumen.

Peran krusial teknologi dalam mendorong produktivitas UMKM tercermin dari melonjaknya kapasitas produksi. Ketergantungan pada pengerjaan manual sebelum adanya program berdampak pada durasi pemrosesan yang panjang dan output yang minim. Penggunaan teknologi tepat guna terbukti mengefisienkan alur kerja sekaligus menjaga konsistensi kualitas produk. Penerapan teknologi tepat guna terbukti memotong durasi pemrosesan dan menjaga konsistensi cita rasa serta tekstur singkong krispi. Hal ini selaras dengan teori adopsi teknologi yang menekankan bahwa modernisasi alat mampu mendorong efisiensi kerja dan daya saing unit usaha. Dengan kemampuan produksi melebihi dua kali lipat, mitra kini dapat merespons permintaan pasar dalam jumlah besar secara lebih siap. Selain itu, strategi diversifikasi varian rasa dan pembaruan kemasan menjadi kunci dalam memikat preferensi konsumen yang beragam. Kemasan baru tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga berfungsi sebagai medium komunikasi visual untuk memperkuat identitas merek. Di sisi pemasaran, pergeseran dari metode konvensional menuju pemanfaatan media sosial dan marketplace berhasil menghapus batasan geografis penjualan. Publikasi produk secara digital terbukti meningkatkan impresi pasar dan potensi omzet usaha. Terakhir, pemisahan catatan keuangan usaha dari kebutuhan pribadi memberikan kejelasan dalam memantau laba bersih dan penyusunan anggaran pengembangan usaha ke depan. Temuan ini sejalan dengan teori adopsi teknologi yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan efektivitas kerja, produktivitas, serta kualitas hasil produksi. Bagi UMKM, penggunaan teknologi modern tidak hanya berfungsi sebagai alat produksi, tetapi juga menjadi instrumen untuk meningkatkan daya saing usaha. Dengan meningkatnya kapasitas produksi hingga lebih dari dua kali lipat, UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang.

Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada dorongan diversifikasi produk melalui pembaruan desain kemasan serta variasi rasa. Keterbatasan pilihan konsumen yang sebelumnya hanya terpaku pada satu varian rasa kini teratasi. Pascapendampingan, mitra berhasil meluncurkan empat varian rasa baru yang dikemas secara higienis dan lebih estetik. Langkah diversifikasi ini menjadi strategi krusial bagi akselerasi skala usaha UMKM guna mendorong nilai tambah sekaligus memperluas jangkauan segmen pasar. Selain berfungsi sebagai pelindung komoditas, kemasan modern berperan efektif sebagai instrumen komunikasi pemasaran untuk memperkuat citra merek di mata publik. Hal tersebut membuktikan bahwa tingkat daya saing produk pangan lokal sangat bergantung pada inovasi kemasan dan ragam varian produk. Capaian signifikan lainnya terlihat dari optimalisasi pemasaran digital berbasis media sosial dan jejaring internet. Pemasaran mitra yang mulanya berorientasi konvensional pada penjualan langsung di sekitar lokasi usaha, kini telah bertransformasi. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, mitra mampu memanfaatkan platform media sosial secara optimal untuk sarana promosi serta perluasan jangkauan pasar secara daring.

Hasil ini mendukung berbagai penelitian yang menyatakan bahwa digital marketing mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Kehadiran UMKM pada platform digital memungkinkan produk dikenal oleh konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Dengan demikian, penerapan digital marketing menjadi langkah strategis dalam meningkatkan omzet penjualan dan keberlanjutan usaha. Perubahan signifikan juga terjadi pada aspek pengelolaan keuangan usaha. Sebelum program dilaksanakan, mitra belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur sehingga sulit mengetahui kondisi keuangan usaha secara akurat. Setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan, mitra mulai menerapkan pembukuan sederhana yang memisahkan keuangan usaha dan keuangan rumah tangga.

Perbaikan sistem pencatatan keuangan memberikan manfaat bagi pelaku usaha dalam mengendalikan arus kas, menghitung keuntungan, dan merencanakan pengembangan usaha secara lebih terukur. Manajemen keuangan yang baik merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan UMKM karena mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih rasional dan berbasis data. Secara keseluruhan, program pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas usaha UMKM Singkong Krispi Ngalam. Dampak tersebut terlihat pada peningkatan produktivitas, bertambahnya variasi produk, penerapan pemasaran digital, serta tertatanya pengelolaan keuangan usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis pelatihan, pendampingan, dan transfer teknologi mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola usaha secara lebih profesional.

Keberhasilan program tidak hanya ditunjukkan oleh peningkatan indikator ekonomi, tetapi juga oleh meningkatnya pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian mitra dalam mengembangkan usaha. Dengan demikian, pengabdian ini berkontribusi dalam memperkuat daya saing UMKM berbasis pangan lokal, serta mendukung pengembangan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.



A. Alat Sebelum PKM
B. Alat Sesudah PKM
Gambar 1. Pelaksanaan Program Kerja PKM Unikama kepada mitra UMKM

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program menjadi aspek penting dalam memastikan bahwa manfaat kegiatan pengabdian dapat terus dirasakan oleh mitra setelah program berakhir. Berdasarkan hasil evaluasi, penerapan teknologi produksi, penguatan pemasaran digital, dan perbaikan manajemen keuangan telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha UMKM Singkong Krispi Ngalam. Oleh karena itu, upaya pendampingan lanjutan diperlukan untuk memastikan seluruh inovasi yang telah diterapkan dapat dimanfaatkan secara optimal dan berkelanjutan. Sebagai bentuk komitmen terhadap keberlanjutan program, tim pengabdian akan terus melakukan pemantauan dan pendampingan secara berkala terhadap penggunaan teknologi produksi yang telah diberikan. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu mitra mengatasi kendala teknis yang mungkin muncul sekaligus memastikan efektivitas pemanfaatan peralatan dalam meningkatkan produktivitas usaha. Selain itu, tim akan memfasilitasi penguatan jejaring usaha melalui kerja sama dengan komunitas dan

pelaku usaha di Malang Raya, sehingga produk Singkong Krispi Ngalam dapat memperoleh akses pasar yang lebih luas dan berkelanjutan.

Keberlanjutan program juga diarahkan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia mitra. Penguatan kompetensi di bidang manajemen usaha, pengelolaan keuangan, produksi, dan pemasaran menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan usaha. Dengan meningkatnya kemampuan manajerial dan kewirausahaan, mitra diharapkan mampu mengembangkan usahanya secara mandiri, meningkatkan pendapatan keluarga, serta bertransformasi menjadi UMKM yang lebih kompetitif dan berdaya saing. Selain aspek pengembangan usaha, program lanjutan juga difokuskan pada penguatan legalitas dan kelembagaan usaha. Pendampingan pengurusan perizinan dan legalitas produk akan dilakukan melalui koordinasi dengan instansi terkait di Kota Malang. Legalitas usaha yang lebih lengkap diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas peluang kerja sama bisnis, serta mendukung akses terhadap berbagai program pengembangan UMKM dari pemerintah maupun sektor swasta.

Dalam jangka panjang, UMKM Singkong Krispi Ngalam berpotensi dikembangkan sebagai pusat edukasi usaha berbasis olahan singkong. Konsep wisata edukasi dan berbagi praktik baik (*sharing knowledge*) dapat menjadi strategi untuk memperkenalkan proses produksi, inovasi produk, serta pengalaman kewirausahaan kepada masyarakat. Dengan demikian, program pengabdian tidak hanya memberikan dampak ekonomi bagi mitra, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif dan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Singkong Krispi Ngalam dilaksanakan melalui pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) dengan fokus pada penerapan teknologi produksi, diversifikasi produk, pemasaran digital, dan perbaikan pengelolaan keuangan. Capaian kegiatan yang dilaporkan meliputi perubahan kapasitas produksi dari 15 kg menjadi 40 kg per hari, pengembangan empat pilihan rasa, pembaruan kemasan, pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk promosi, serta penerapan pembukuan sederhana yang membantu pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga. Hasil tersebut menunjukkan adanya perbaikan pada kapasitas produksi, variasi produk, sarana promosi, dan administrasi keuangan mitra. Namun, peningkatan penjualan, omzet, dan keuntungan belum dapat disimpulkan karena tidak tersedia data penjualan dan keuangan sebelum dan sesudah program yang dapat dibandingkan. Demikian pula, peningkatan efisiensi waktu dan konsistensi kualitas produk masih memerlukan pengukuran lebih lanjut. Sebagai tindak lanjut, mitra perlu menerapkan pencatatan produksi dan transaksi secara rutin, mengevaluasi penggunaan peralatan, serta mengelola kanal pemasaran digital secara konsisten. Pemantauan berkala terhadap kapasitas produksi, penjualan, biaya, dan arus kas dapat menjadi dasar untuk menilai perkembangan usaha serta menentukan kebutuhan pengembangan berikutnya.

Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif terhadap produktivitas, kemandirian, dan keberlanjutan usaha mitra. Ke depan, pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memperkuat legalitas usaha, memperluas jaringan pemasaran digital, serta mengembangkan inovasi produk agar UMKM Singkong Krispi Ngalam mampu berkembang menjadi usaha yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) atas alokasi pendanaan hibah pengabdian. Apresiasi juga diberikan kepada Universitas PGRI Kanjuruhan Malang serta pemilik UMKM Singkong Krispi Ngalam yang telah berkolaborasi aktif selama program berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Meviana, I., Rusno, R., Alim Ba'diya Kusufa, R., Trio Agus Muslim, L., & Hanella Putri, E. (2025). Increasing The Economic Value Of Tempe Bungkil Innovation Products Through Diversification And Digital Marketing Training In Pakisaji Malang. *Abdimasnu: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3). <https://doi.org/10.47710/3dj5nr90>.
- Aldora Pratama, Kiky Aryaningrum, Arief Kuswidyanarko, Syahbani Reza, Mega Prasrihamni, Imelda Ratih Ayu, Sonia Anisah Utami, Henni Riyanti, & Faipri Selegi, S. (2025). Media Pembelajaran Berbasis Digital. *Wahana Dedikasi: Jurnal PkM Ilmu Kependidikan*, 8(1). <https://doi.org/10.31851/wdk.v8i1.19451>.
- Ash Shiddiqy, I. A., Faradila, F. A., & Hermawan, A. (2024). Pendampingan manajemen usaha dengan pemanfaatan digital marketing dan penguatan brand pada UMKM Singkong Ngalam di Sukun Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 2779–2788. <https://doi.org/10.59837/ndtn0a96>
- Burhan, L. I. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Strategi Branding dan Digital Marketing Berbasis Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi Teknologi Tepat Guna*, 1(02). <https://doi.org/10.63982/9n5kd859>.
- Chyntia, E., Wardana, D. P., Rahmalia, L., Ulfira, U., Aisy, N. R., Harif, M., Pratama, A. A., & Hutasoit, M. R. (2025). Kemasan Menarik, Produk Meningkatkan: Edukasi Desain Kemasan untuk Penguatan Branding UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4). <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.207>.
- Endang Indartuti, Nekky Rahmiyati, Jesica May Wulandari, & Salsabila Ahmad. (2025). Pemberdayaan UMKM Otak-Otak Bandeng Berbasis Blue Economy melalui Teknologi Tepat Guna dan Digitalisasi di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1351>.
- Febriani SM, N. N., Sudiarti, S., Ghurroh Setyoningrum, N., Aini Syifa, R. H., Ardiansyah, & Alam. (2025). Pemanfaatan Digitalisasi Dalam Berwirausaha Di Era Industri 4.0 Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 3(1). <https://doi.org/10.59407/jpki2.v3i1.1788>.
- Febriani SM, N. N., Sudiarti, S., Ghurroh Setyoningrum, N., Aini Syifa, R. H., Ardiansyah, & Alam. (2025). Pemanfaatan Digitalisasi Dalam Berwirausaha Di Era Industri 4.0 Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 3(1). <https://doi.org/10.59407/jpki2.v3i1.1788>.
- Firdaus, R. M., Kusufa, R. A. B., Susanto, G., R., Y. M., & D., E. R. (2025). Aplikasi Teknologi Produksi Modern Dan Manajemen Berbasis IT Untuk Meningkatkan Product Quality, Value Added Dan Pemasaran UMKM Tirtha Shanum Malang. *Jurnal ABM Mengabdi*, 12(2). <https://doi.org/10.31966/jam.v12i2.1750>.
- Hafiludin, H., Chandra, A. B., Alfisuma, M. Z., & Pratiwi, W. S. W. (2025). Peningkatan nilai tambah produk perikanan pesisir dengan perbaikan kemasan dan pemasaran. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(3). <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i3.23747>.
- Handayani, R. F., Hikmah, N. F., Awaf, S. A., Naufal, M., Zahro, A., Astuti, D., & Mardiana, S. S. (2025). Pemberdayaan Umkm Melalui Digitalisasi Dan Inovasi Produk. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 7(1). <https://doi.org/10.26751/jai.v7i1.2754>.
- Harahap, M. A. K. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Implementasi Sistem Pembayaran Digital (Qris) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 5(1). <https://doi.org/10.36985/j6abjs60>.
- Harini, S., Sya'baniah, N., Nur Afif, M., Shintya, D., Jamaludin, S., Khairi, M. A., & Marsinah, S. (2025). Pendampingan Digitalisasi dan Rebranding UMKM di Desa Sukatani, Kabupaten Bogor, Jawa Barat untuk Peningkatan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(6). <https://doi.org/10.54082/jamsi.2159>.

- Hidayat, C. W., Weganofa, R., & Liskinasih, A. (2023). Peningkatkan perekonomian masyarakat dengan mengembangkan ekowisata berbasis kearifan lokal. *JPM: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 50–57. <https://doi.org/10.21067/jpm.v8i1.7692>
- Jamil, M., Mutmainnah, D., & Azizah, M. (2022). Pendampingan Manajemen Usaha Dan Manajemen Keuangan Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. *SHARE "SHaring - Action - REflection,"* 8(2). <https://doi.org/10.9744/share.8.2.196-207>.
- Khoiriyah, S., & Pratama, G. (2025). Peran Strategi Pengembangan Bisnis dalam Pemberdayaan UMKM: Studi Deskriptif Kualitatif. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3473>.
- Kholis, N., Bondan Respati, S. M., Mustagfirin, M., Prasetyo, S., & Sarwono, E. (2024). Penerapan Teknologi Tepat Guna Untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi Kue Tradisional Pada Umkm Di Desa Meteseh. *Abdi Masya*, 5(2). <https://doi.org/10.52561/abdimagasya.v5i2.413>.
- Kusufa, R. A. B., Firdaus, R. M., Dwanoko, Y. S., Meviana, I., & Saputra, R. D. (2025). Digitalisasi Produksi Olahan Kunyit Asam: Meningkatkan Nilai Tambah Dan Kualitas Produk Di Era Industri 4.0. *Jurnal ABM Mengabdi*, 12(1). <https://doi.org/10.31966/jam.v12i1.1582>.
- Mujadin, A., Samijayani, O. N., & Komalasari, E. (2024). Penerapan Teknologi Tepat Guna Mesin Produksi Keripik UMKM Al Amaliah Cikidang Sukabumi (Desa Binaan UAI). *Prosiding Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat (SENDAMAS)*, 1(1). <https://doi.org/10.36722/psn.v1i1.3189>.
- Ndraha, A. B. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan UMKM di era industri 4.0. *Jukoni*, 1, 27–32. <https://sihojournal.com/index.php/jukoni/article/view/23>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2). <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>.
- Purnamasari, SE, MM, E. D., Yeni, & Coyanda, J. R. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pengelolaan Keuangan Digital dan Digitalisasi Pemasaran dalam Mendorong keberlanjutan Usaha. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(3). <https://doi.org/10.36982/jam.v9i3.6129>.
- Purwanti, I., Lailyningsih, D. R. N., & Suyanto, U. Y. (2022). Digital marketing capability and MSMEs performance: Understanding the moderating role of environmental dynamism. *Journal of Theoretical and Applied Management*, 15(3). <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i3.39238>
- Rahayu, N., Maryanti, S., Wardiningsih, R., & Noviawan, L. A. (2025). Diversifikasi olahan singkong untuk peningkatan ekonomi masyarakat Desa Renggata Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Abdimas Independen*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.29303/independen.v6i1.1673>
- Rusno, R., Putra, D. F., Susanto, G., Kusufa, R. A. B., Firdaus, R. M., Fakih, A., & Ningrum, P. S. (2024). Diversifikasi Produk dan Pemasaran Berbasis IT untuk Meningkatkan Nilai Tambah Omzet Penjualan UMKM Tempe Bagong. *Jurnal ABM Mengabdi*, 11(2). <https://doi.org/10.31966/jam.v11i2.1488>.
- Sharabati, A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Abu Hussein, H., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The impact of digital marketing on the performance of SMEs: An analytical study in light of modern digital transformations. *Sustainability*, 16(19), Article 8667. <https://doi.org/10.3390/su16198667>
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1). <https://doi.org/10.31603/ce.4244>.
- Tantra, A. R., Ani, D. A., Jayanti, F. D., & Indarto, B. A. (2025). A model of strategic planning for finance management of medium-sized enterprises (SMEs) in Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 9(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v9i2.16995>

- Wachyuni, S. S., Priyambodo, T. K., Hurdawaty, R., & Kusumaningrum, D. A. (2024). The impact of digital technology adoption in food micro, small, and medium enterprises: A case study of Borobudur area in Indonesia. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 21(7), 1–13. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2024/v21i7840>
- Widhiyanti, A. A. S., Sekarini, I. G. A. A., & Artanaya, I. M. D. D. (2026). Pemberdayaan UMKM Kue Rumahan melalui Sistem Informasi Berbasis Web. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 6(2). <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v6i2.1665>.
- Yuli Fitrianto, & Daniel Rudjiono. (2025). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada UMKM Nata Nugros Singkong. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 3(3). <https://doi.org/10.51903/g20f7p94>.