

Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Komunitas untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kripik Sambal Balado

Hesty Amelia Gultom¹, Sucipto², Hadija Sipahutar³, Hendra Sahputra⁴, Tiurlina Hasmawati Sihite⁵

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Washliyah ^{1,2,3,4,5}

ARTICLE INFO

Keywords:

Kewirausahaan berbasis komunitas; UMKM; kripik sambal balado; daya saing usaha; pendampingan

ABSTRACT

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kripik sambal balado merupakan salah satu usaha pangan olahan yang memiliki potensi pasar cukup besar, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usahanya. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan inovasi produk, kualitas kemasan yang belum menarik, pengelolaan keuangan yang belum tertata, serta strategi pemasaran yang masih konvensional sehingga berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasar. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM kripik sambal balado melalui pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan kewirausahaan, pendampingan manajemen usaha, inovasi produk dan kemasan, pencatatan keuangan sederhana, serta optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Pendekatan berbasis komunitas diterapkan untuk memperkuat kolaborasi antar pelaku UMKM, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, serta menciptakan keberlanjutan program. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya kualitas produk, perluasan jangkauan pemasaran, peningkatan omzet penjualan, serta terbentuknya UMKM kripik sambal balado yang lebih mandiri dan berdaya saing. Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis komunitas yang berkelanjutan.

E-mail: -

hestyameliagultom@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional serta menjadi sumber utama penciptaan lapangan kerja di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian nasional, terutama pada masa krisis ekonomi (Tambunan, 2019; Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa UMKM memiliki tingkat ketahanan yang relatif lebih baik dibandingkan usaha skala besar karena fleksibilitas produksi dan kedekatannya dengan pasar lokal (OECD, 2020; Prasetyo & Hartono, 2021). Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah industri pangan olahan, khususnya produk makanan ringan berbasis cita rasa lokal yang memiliki keunggulan kompetitif di pasar domestik maupun regional (Sari & Wibowo, 2020; FAO, 2019).

Keripik sambal balado merupakan salah satu produk pangan olahan khas yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat karena memiliki cita rasa lokal yang kuat dan karakteristik produk yang mudah diterima konsumen. Produk ini memiliki peluang pasar yang luas mengingat bahan baku yang relatif mudah diperoleh, proses produksi yang sederhana, serta dapat dikembangkan dalam skala rumah tangga hingga skala usaha kecil (Putri & Yuliana, 2021; Nugroho, 2020). Namun demikian, UMKM keripik sambal balado masih menghadapi berbagai permasalahan dalam pengembangan usaha, seperti keterbatasan pengetahuan kewirausahaan, rendahnya inovasi produk, kualitas kemasan yang belum memenuhi standar pasar, pengelolaan keuangan yang belum tertata, serta strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional (Rahayu & Day, 2017; Hadiyati, 2018; Kurniawan & Lestari, 2022). Permasalahan tersebut berdampak pada rendahnya daya saing produk UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, pelaku UMKM keripik sambal balado umumnya menjalankan usaha secara individual tanpa adanya sinergi dan kerja sama yang kuat antar pelaku usaha. Lemahnya kolaborasi dan jejaring usaha menyebabkan posisi tawar UMKM menjadi rendah, baik dalam pengadaan bahan baku, akses permodalan, maupun pemasaran produk (Setiawan & Purwanto, 2019; Widodo, 2020). Kondisi ini semakin memperbesar kesenjangan antara UMKM lokal dengan produk sejenis dari daerah lain maupun produk industri skala besar yang telah memiliki sistem manajemen dan pemasaran yang mapan (Porter, 2008; Susanto & Suryani, 2021). Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan pendampingan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas individu pelaku usaha, tetapi juga pada penguatan kolaborasi, kelembagaan, dan jejaring usaha melalui pendekatan berbasis komunitas.

Pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas dipandang sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM karena menekankan pada partisipasi aktif pelaku usaha, pembelajaran kolektif, serta penguatan modal sosial dalam komunitas (Prasetyo, 2021; Iskandar, 2019). Pendekatan ini memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan, inovasi bersama, serta penguatan kapasitas kelembagaan yang berkelanjutan (UNDP, 2017; World Bank, 2019). Melalui pendampingan yang terstruktur dan berkelanjutan, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk, memperbaiki manajemen usaha, mengembangkan kemasan yang lebih kompetitif, serta memanfaatkan teknologi informasi dan pemasaran digital sebagai sarana promosi dan penjualan (Rachmawati & Ramadhan, 2020; Sulistyono, 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk melaksanakan pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas bagi UMKM keripik sambal balado. Program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui penguatan kapasitas kewirausahaan, inovasi produk dan kemasan, pengelolaan keuangan sederhana, serta optimalisasi strategi pemasaran. Implementasi program ini diharapkan mampu mendorong pengembangan UMKM secara berkelanjutan, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, serta memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi masyarakat lokal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021; Tambunan, 2019).

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas (community-based entrepreneurship approach). Pendekatan ini menekankan pada partisipasi aktif pelaku UMKM, kerja sama antar anggota komunitas, serta proses pembelajaran bersama yang berkelanjutan. Pendampingan dilakukan secara bertahap dan terintegrasi untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan serta daya saing UMKM keripik sambal balado.

1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

a. Tahap Persiapan dan Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan:

Koordinasi dengan mitra UMKM dan tokoh komunitas, Identifikasi kondisi usaha UMKM keripik sambal balado, Pemetaan permasalahan utama (produksi, manajemen, pemasaran, dan keuangan), Penentuan kebutuhan pendampingan dan penyusunan rencana kegiatan

b. Tahap Sosialisasi Program

Sosialisasi dilakukan kepada seluruh anggota komunitas UMKM untuk:

Menjelaskan tujuan dan manfaat program, Menyampaikan rencana kegiatan dan peran masing-masing pihak, Membangun komitmen dan partisipasi aktif pelaku UMKM

c. Tahap Pelatihan Kewirausahaan

Pelatihan dilaksanakan secara klasikal dan partisipatif dengan materi meliputi:

Dasar-dasar kewirausahaan dan penguatan mindset usaha, Perencanaan dan pengelolaan usaha sederhana, Penentuan harga pokok produksi dan harga jual, Strategi peningkatan kualitas dan konsistensi produk

d. Tahap Pendampingan Teknis Usaha

Pendampingan dilakukan secara langsung kepada UMKM mitra, meliputi:

Inovasi produk keripik sambal balado (variasi rasa dan kualitas), Perbaikan desain kemasan dan pelabelan produk, Penerapan pencatatan keuangan sederhana, Pendampingan pengurusan legalitas usaha (NIB, PIRT, dan/atau halal)

e. Tahap Penguatan Pemasaran

Pada tahap ini dilakukan:

Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital, Pemanfaatan media sosial dan marketplace Pembuatan konten promosi sederhana, Strategi peningkatan penjualan dan perluasan pasar

f. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk:

Menilai tingkat ketercapaian tujuan program, Mengukur peningkatan kapasitas dan kinerja usaha UMKM, Mengidentifikasi kendala selama pelaksanaan, Menyusun rekomendasi perbaikan dan keberlanjutan program

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan ini meliputi:

Observasi langsung terhadap aktivitas usaha UMKM, Wawancara dengan pelaku UMKM Diskusi kelompok terarah (FGD), Dokumentasi kegiatan dan hasil pendampingan

3. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan program meliputi:

Peningkatan kualitas produk dan kemasan, Tersusunnya pencatatan keuangan sederhana Bertambahnya saluran pemasaran dan jangkauan pasar, Peningkatan omzet penjualan UMKM Terbentuknya komunitas UMKM yang aktif dan kolaboratif

4. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program diwujudkan melalui:

Penguatan jejaring dan komunikasi antar UMKM, Pendampingan lanjutan secara periodic Mendorong kemandirian komunitas dalam pengembangan Usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada tanggal 28 Desember 2025 , merupakan program pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas menunjukkan adanya peningkatan kapasitas kewirausahaan pada pelaku UMKM keripik sambal balado. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif, pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan usaha, perencanaan bisnis sederhana, serta pentingnya orientasi pada kebutuhan pasar. Perubahan pola pikir pelaku usaha dari sekadar menjalankan usaha untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari menuju pengelolaan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan menjadi salah satu hasil penting dari kegiatan ini.

Selain peningkatan kapasitas sumber daya manusia, program ini juga menghasilkan perbaikan pada kualitas produk keripik sambal balado. Pelaku UMKM mulai melakukan inovasi produk, baik dari segi cita rasa maupun tingkat kepedasan, sehingga produk menjadi lebih variatif dan sesuai dengan preferensi konsumen. Perbaikan kemasan turut dilakukan dengan penggunaan desain yang lebih menarik, informatif, dan higienis. Peningkatan kualitas produk dan kemasan ini berdampak pada meningkatnya nilai jual serta daya tarik produk di pasar, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM.

Pendampingan yang diberikan juga mendorong pelaku UMKM untuk mulai menerapkan pengelolaan keuangan usaha secara lebih tertata. Pelaku usaha telah melakukan pencatatan keuangan sederhana yang mencakup modal, biaya produksi, penjualan, dan laba, serta memisahkan keuangan usaha dari keuangan pribadi. Kondisi ini memberikan dampak positif terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam mengontrol arus kas dan mengambil keputusan usaha secara lebih tepat berdasarkan kondisi keuangan yang nyata.

Pada aspek pemasaran, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan. Produk keripik sambal balado mulai

dipasarkan secara daring dengan jangkauan konsumen yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada lingkungan sekitar. Pemanfaatan pemasaran digital ini memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan volume penjualan serta memperluas jaringan pemasaran di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Pendekatan berbasis komunitas yang diterapkan dalam program ini juga berhasil memperkuat kolaborasi dan jejaring antar pelaku UMKM keripik sambal balado. Pelaku usaha menunjukkan peningkatan interaksi dan kerja sama, baik dalam berbagi informasi, pengalaman usaha, maupun dalam kegiatan promosi bersama. Penguatan komunitas ini meningkatkan solidaritas dan posisi tawar UMKM, khususnya dalam pengadaan bahan baku dan pengembangan pasar secara kolektif.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM keripik sambal balado. Integrasi antara peningkatan kapasitas kewirausahaan, inovasi produk, perbaikan manajemen usaha, pemanfaatan teknologi pemasaran, serta penguatan komunitas menjadi faktor kunci keberhasilan program. Model pendampingan ini berpotensi untuk direplikasi dan dikembangkan pada UMKM sejenis sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.





Gambar 1. Foto Dokumentasi Kegiatan

KESIMPULAN

Program pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas yang dilaksanakan pada UMKM keripik sambal balado telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing usaha. Kegiatan pendampingan mampu meningkatkan kapasitas kewirausahaan pelaku UMKM, khususnya dalam pengelolaan usaha, inovasi produk, serta pemahaman terhadap pentingnya orientasi pasar dan keberlanjutan usaha.

Pendampingan yang dilakukan juga berhasil mendorong perbaikan kualitas produk dan kemasan, penerapan pencatatan keuangan sederhana, serta pemanfaatan pemasaran digital sebagai strategi perluasan jangkauan pasar. Selain itu, pendekatan berbasis komunitas terbukti efektif dalam memperkuat kolaborasi dan jejaring antar pelaku UMKM, sehingga meningkatkan solidaritas dan posisi tawar usaha secara kolektif.

Secara keseluruhan, pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas merupakan strategi yang efektif dalam memberdayakan UMKM keripik sambal balado dan meningkatkan daya saingnya. Program ini berpotensi untuk dikembangkan dan direplikasi pada UMKM sejenis sebagai upaya berkelanjutan dalam mendukung penguatan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1.] Food and Agriculture Organization. (2019). Developing sustainable food value chains. FAO.
- [2.] Hadiyati, E. (2018). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 85–92.

- [3.] Iskandar, M. (2019). Peran pendampingan berbasis komunitas dalam penguatan UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 45-56.
- [4.] Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). Perkembangan data UMKM dan kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Kemenkop UKM RI.
- [5.] Kurniawan, D., & Lestari, N. (2022). Inovasi produk dan kemasan dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 67-78.
- [6.] Nugroho, A. (2020). Pengembangan produk pangan lokal berbasis UMKM. *Jurnal Agroindustri*, 10(2), 101-110.
- [7.] Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). SME policy responses during economic crisis. OECD Publishing.
- [8.] Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- [9.] Prasetyo, E. (2021). Pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 187-198.
- [10.] Prasetyo, H., & Hartono, D. (2021). Ketahanan UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(2), 143-155.
- [11.] Putri, R. A., & Yuliana, S. (2021). Peluang pengembangan usaha keripik berbasis cita rasa lokal. *Jurnal Industri Kreatif*, 5(2), 88-97.
- [12.] Rachmawati, R., & Ramadhan, A. (2020). Pemanfaatan digital marketing pada UMKM pangan olahan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 15-26.
- [13.] Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), 671-692.
- [14.] Sari, D. P., & Wibowo, A. (2020). Strategi pengembangan UMKM pangan olahan berbasis kearifan lokal. *Jurnal Pangan*, 29(3), 201-212.
- [15.] Setiawan, B., & Purwanto, E. (2019). Jejaring usaha dan daya saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 33-44.
- [16.] Sulistyono, H. (2022). Transformasi digital UMKM sebagai strategi peningkatan daya saing. *Jurnal Ekonomi Digital*, 2(1), 1-12.
- [17.] Susanto, A., & Suryani, T. (2021). Persaingan pasar dan keberlanjutan UMKM lokal. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 12(2), 99-111.
- [18.] Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan. *Ghalia Indonesia*.
- [19.] United Nations Development Programme. (2017). *Inclusive markets and SME development*. UNDP.
- [20.] World Bank. (2019). *Enhancing SME competitiveness*. World Bank.
- [21.] Widodo, T. (2020). Penguatan kelembagaan UMKM berbasis komunitas. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 15(2), 121-132.