

## Pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Produksi RAMBAK SUCI Sragen

Tira Nur Fitria<sup>1</sup>, Fadillah Nur Azizah<sup>2</sup>, Lisa Anggraini<sup>3</sup>, Renata Seva Sabila<sup>4</sup>, Mujahid Al Muslim<sup>5</sup>, Andri Susilo<sup>6</sup>

<sup>12345</sup>Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

<sup>1</sup>tiranurfitria@gmail.com

### Abstrak

UMKM Rambak rumahan merujuk pada usaha mikro, kecil, atau menengah yang berfokus pada produksi rambak dengan skala produksi yang dilakukan di rumah. Biasanya, UMKM ini dimulai oleh individu atau kelompok kecil yang memanfaatkan peralatan dan fasilitas rumahan untuk membuat rambak. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjudul “Pengembangan UMKM Produksi Rambak Suci di Sragen.” berupa sosialisasi pelatihan produksi kerupuk bawang, pengemasan dan pemasaran kerupuk bawang dalam peningkatan pendapatan UMKM. Pada tanggal 27 Februari 2024, mahasiswa dan dosen ITB AAS Indonesia melakukan observasi dan wawancara di UMKM Rambak Suci, yang dikelola oleh Ibu Sa’adah di Trobayan, Kalijambe, Sragen. Dalam kunjungan tersebut, mereka mempelajari sejarah, produk, dan proses produksi kerupuk Rambak Suci. Pelatihan praktek pembuatan kerupuk dilakukan secara offline, menggunakan bahan-bahan seperti tepung terigu, tepung tapioka, bawang putih, garam, dan terasi udang, serta alat-alat seperti timbangan, mesin pengaduk, dan pengukus. Proses pembuatan kerupuk meliputi pencampuran bahan, penyaringan adonan, pengukusan, pemotongan, pengeringan, dan pengemasan. Produk yang dihasilkan sekitar 30 kg adonan dalam 100 kemasan. Hasil observasi menunjukkan peningkatan penjualan kerupuk karena stabilnya harga jual meski bahan baku meningkat. Tim ITB AAS Indonesia mengusulkan solusi untuk pemasaran dan keuangan, termasuk pemasaran online, pembuatan spanduk, microsite, dan logo, serta nota penjualan untuk memudahkan pencatatan dan branding. Media sosial Instagram diperbarui karena pengelola sudah familiar, sedangkan pembuatan akun TikTok dan legalitas NIB tidak dilakukan karena keterbatasan dan keberatan dari pihak UMKM.

**Kata kunci:** *produksi rambak, rambak, Rambak Suci, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*

### Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam perekonomian. UMKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

UMKM, singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, merujuk pada sektor usaha yang mencakup skala kecil hingga menengah. Usaha mikro adalah bisnis dengan skala sangat kecil, mungkin hanya melibatkan satu atau beberapa orang sebagai pemiliknya, seperti warung kecil atau tukang ojek. Sementara itu, usaha kecil memiliki skala yang sedikit lebih besar, dengan lebih banyak karyawan dan omset yang lebih besar, seperti restoran kecil atau toko pakaian. Usaha menengah memiliki skala yang lebih besar lagi, mungkin dengan fasilitas produksi yang lebih besar dan cabang bisnis yang lebih luas, seperti pabrik kecil atau

perusahaan distribusi. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan nasional. Pemerintah sering memberikan dukungan khusus untuk sektor UMKM untuk membantu pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

UMKM yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia mengalami sejumlah tantangan. Beberapa diantaranya adalah menurunnya daya beli masyarakat pasca pandemi covid, terbatasnya akses permodalan, kendala pada aspek pemasaran. Para pengusaha UMKM juga mengalami masalah pada kemampuan daya saing akibat rendahnya adaptasi teknologi digital. Untuk mengatasi masalah tersebut perlu dilakukan berbagai macam strategi untuk dapat meningkatkan kapasitas UMKM di Indonesia. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pendampingan UMKM. Pendampingan UMKM sangat penting dalam mendorong perekonomian Indonesia karena dapat membantu UMKM di Indonesia naik kelas. Menurut Sihombing (2018) pendampingan UMKM merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pendamping dalam rangka pemberdayaan UMKM dalam melaksanakan kegiatan usaha. Program pendampingan bagi pelaku UMKM akan dapat menaikkan kapasitas UMKM sehingga akan membantu meningkatkan lapangan kerja dan kemandirian UMKM.

UMKM yang memproduksi makanan ringan berupa rambak mungkin menawarkan berbagai jenis rambak, seperti rambak sapi, rambak ayam, atau bahkan rambak ikan. Makanan ringan jenis ini biasanya populer di Indonesia dan beberapa negara lain di Asia Tenggara. Rambak memiliki rasa yang gurih dan kaya akan protein, sehingga menjadi pilihan camilan yang disukai banyak orang. UMKM yang menghasilkan makanan ringan seperti rambak biasanya berusaha untuk menjaga kualitas produk mereka agar tetap segar dan lezat. Mereka juga mungkin mencoba berbagai varian rasa atau teknik produksi untuk membedakan produk mereka di pasar yang kompetitif.

Rambak adalah sejenis makanan ringan yang terbuat dari daging yang dipotong tipis dan kemudian dikeringkan dengan cara diasinkan dan dijemur. Proses pengeringan ini bertujuan untuk menghilangkan kadar air dari daging sehingga tahan lama dan memiliki tekstur yang kering dan renyah. Rambak biasanya dibuat dari daging sapi, ayam, atau ikan, tergantung pada preferensi dan ketersediaan bahan baku di daerah tempat pembuatan. Rambak memiliki rasa yang gurih dan kaya akan protein, sehingga menjadi camilan populer di banyak negara, terutama di Indonesia dan beberapa negara Asia Tenggara lainnya. Rambak sering dijual di pasar tradisional, toko-toko kelontong, dan warung makan sebagai camilan yang enak dan bergizi. Beberapa produsen juga menciptakan berbagai varian rasa atau tambahan bumbu untuk memperkaya pengalaman rasa konsumen.

UMKM Rambak rumahan merujuk pada usaha mikro, kecil, atau menengah yang berfokus pada produksi rambak dengan skala produksi yang dilakukan di rumah. Biasanya, UMKM ini dimulai oleh individu atau kelompok kecil yang memanfaatkan peralatan dan fasilitas rumahan untuk membuat rambak. Keunggulan dari UMKM Rambak Rumahan adalah bahwa mereka dapat menawarkan produk yang lebih berkualitas dengan sentuhan keunikan dan keaslian.

Pembuatan rambak secara rumahan memungkinkan pemilik usaha untuk mengontrol setiap tahap produksi secara langsung, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pengeringan dan pengepakan. Hal ini dapat meningkatkan kualitas produk dan memberikan nilai tambah bagi konsumen yang mencari rasa dan tekstur yang autentik. Selain itu, UMKM Rambak Rumahan juga bisa menjadi sarana bagi masyarakat lokal untuk memperoleh penghasilan tambahan tanpa harus meninggalkan rumah. Dengan memanfaatkan peralatan yang ada di rumah dan memasarkan produk secara lokal atau melalui platform online, pemilik usaha dapat menjalankan bisnis dengan biaya produksi yang rendah dan potensi

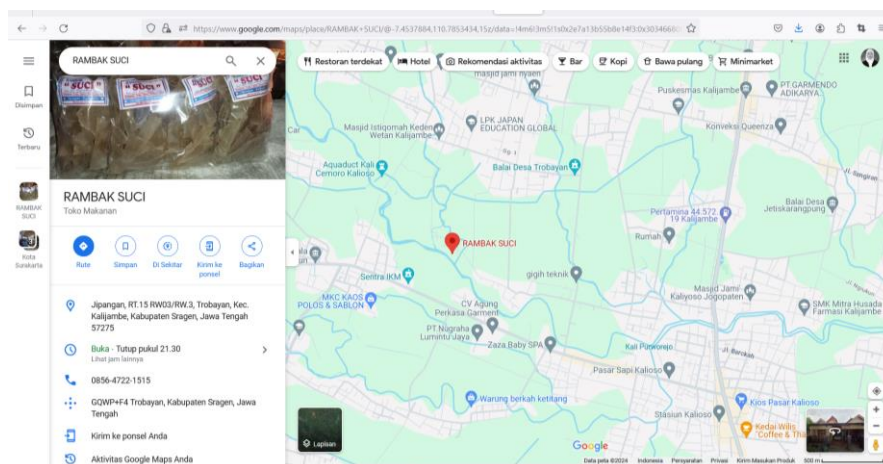
keuntungan yang menjanjikan. Namun demikian, seperti halnya dengan setiap usaha, UMKM Rambak Rumahan juga perlu memperhatikan aspek-aspek seperti perizinan, kebersihan, dan keamanan pangan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi dan memenuhi standar kualitas yang berlaku.

Pengembangan UMKM rambak rumahan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pemilik usaha dan masyarakat sekitar. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam pengembangan UMKM rambak rumahan:

1. Peningkatan Kualitas Produk: Fokus pada peningkatan kualitas rambak dengan memperhatikan bahan baku yang berkualitas, proses produksi yang higienis, dan penggunaan bumbu-bumbu alami untuk memberikan rasa yang unik dan lezat.
2. Diversifikasi Produk: Mengembangkan berbagai jenis rambak dengan variasi rasa dan jenis daging untuk menarik minat konsumen yang lebih luas. Misalnya, rambak sapi, ayam, ikan, atau bahkan rambak vegetarian untuk pasar yang lebih khusus.
3. Branding dan Pemasaran: Membangun identitas merek yang kuat dan menarik, serta menggunakan strategi pemasaran yang efektif seperti media sosial, situs web, atau kerjasama dengan toko-toko lokal untuk meningkatkan visibilitas produk.
4. Peningkatan Kapasitas Produksi: Meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan yang meningkat dengan memperbaiki proses produksi, menggunakan peralatan yang lebih efisien, atau menambah tenaga kerja jika diperlukan.
5. Pengembangan Jaringan: Membangun kemitraan dengan pemasok lokal untuk memastikan pasokan bahan baku yang konsisten dan berkualitas, serta menjalin hubungan dengan toko-toko atau pasar lokal untuk memperluas distribusi produk.
6. Pendidikan dan Pelatihan: Memberikan pendidikan dan pelatihan kepada pemilik usaha dan staf mengenai praktik terbaik dalam produksi, kebersihan, manajemen keuangan, dan pemasaran untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha.
7. Kepatuhan Regulasi: Memastikan bahwa usaha mematuhi semua regulasi dan standar keamanan pangan yang berlaku untuk menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen.
8. Inovasi Produk dan Proses: Terus melakukan inovasi dalam produk dan proses produksi untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang terus berkembang.

Pengembangan UMKM rambak rumahan memerlukan komitmen, dedikasi, dan strategi yang baik dari pemilik usaha. Dengan pendekatan yang tepat dan dukungan yang cukup, UMKM rambak rumahan memiliki potensi untuk berkembang dan memberikan kontribusi positif pada ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat setempat.

Rambak Suci merupakan UMKM yang bergerak dibidang perdagangan makanan yakni usaha kerupuk/Rambak Suci. Rambak Suci merupakan UMKM rumahan yang bergerak di bidang Perdagangan makanan sesuai pesanan dari pelanggan. Usaha ini beralamat di Jipangan, RT.15 RW03/RW.3, Trobayan, Kec. Kalijambe, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah 57275. UMKM ini didirikan oleh seorang ibu yang dibantu Suami dan anak perempuannya. Usaha ini menjadi tulang punggung ekonomi keluarga. Keadaan ekonomi keluarga akan sangat dipengaruhi oleh perkembangan usaha ini. Kerupuk bawang merupakan jenis kerupuk yang paling populer dan mudah diolah. Kerupuk bawang terbuat dari tepung terigu dan tepung tapioka dengan tambahan bawang putih sebagai rasa khas yang ingin kami tonjolkan pada produk kerupuk kami. Kerupuk nasi ini memiliki rasa yang nikmat dan sangat cocok dijadikan lauk untuk pendamping makan.



Gambar 1. Google Maps “Rambak Suci”

Rambak Suci berdiri sejak tahun 2007, dirintis oleh Ibu Sa’adah dan suaminya Agus Purnomo. Pada awal berdirinya, Rambak Suci hanya menjual rambak di sekitar desa seiring dengan melihat antusiasme setiap pelanggan kini Rambak Suci dapat menyetorkan rambak melalui pedagang di pasar maupun toko kelontong di wilayah Sragen dengan memberikan layanan jasa antar. Permasalahan utama yang dapat ditangkap oleh dosen dan mahasiswa ITB AAS Indonesian dari Rambak Suci adalah aspek pemasaran. Permasalahan utama pada aspek pemasaran adalah Rambak Suci belum memiliki. Metode pemasaran Online, Rambak Suci masih menggunakan metode pemasaran tradisional yaitu melalui mulut ke mulut atau getok tular atau word of mouth. Selain metode tersebut usaha ini juga melakukan pemasaran dengan mengikuti kegiatan pasar umkm di sekitar Sragen-Boyolali sebagai media promosi. Namun, usaha ini tidak dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan. Pada aspek keuangan, terdapat beberapa kendala diantaranya adalah tidak adanya pembukuan keuangan yang rapih serta penggunaan bukti transaksi berupa kwitansi pembayaran yang kurang efektif. Opsi pembayaran pesanan yang dimiliki oleh pengelola ini hanya sebatas pada opsi melalui opsi cash on delivery (COD).

Berdasarkan latar belakang diatas kami menyusun program kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul **“Pengembangan UMKM Produksi Rambak Suci di Sragen.”** Akan dilakukan kegiatan kewirausahaan berupa pelatihan produksi kerupuk bawang, pengemasan dan pemasaran kerupuk bawang untuk memperkuat masyarakat melalui program kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### Metode Kegiatan

Tempat kegiatan pendampingan UMKM dilaksanakan di UMKM “Rambak Suci” yang beralamat di Jipangan, RT.15 RW03/RW.3, Trobayan, Kec. Kalijambe, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah 57275. Waktu kegiatan pendampingan UMKM dilaksanakan pada 27 Februari-04 Maret 2024. Khalayak dan sasaran Pendampingan UMKM ini adalah pemilik dan karyawan “Rambak Suci” yang berdomisili di sekitar wilayah Sragen.

Pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terkait pengabdian pada UMKM rambak merupakan langkah penting dalam memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM serta menentukan strategi yang tepat untuk memberikan bantuan yang efektif. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil dalam proses pengumpulan data: Pada kegiatan observasi, kami melakukan beberapa kegiatan diantaranya adalah: 1) Kunjungan ke Tempat Produksi: Melakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM rambak untuk mengamati proses produksi, kondisi tempat kerja, dan praktik kebersihan. 2)

Pengamatan Produk dan Layanan: Mengamati produk rambak yang dihasilkan, kemasan yang digunakan, serta pelayanan kepada pelanggan. 3) Interaksi dengan Pemilik dan Karyawan: Berinteraksi dengan pemilik usaha dan karyawan untuk memahami lebih dalam tentang proses produksi, permasalahan yang dihadapi, dan aspirasi masa depan.

Selanjutnya, pada kegiatan wawancara, kami melakukan beberapa kegiatan diantaranya adalah: 1) Wawancara dengan Pemilik UMKM: Melakukan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM untuk mendapatkan informasi tentang sejarah usaha, visi dan misi, tantangan yang dihadapi, dan harapan ke depan. 2) Wawancara dengan Karyawan: Wawancara dengan karyawan untuk memahami peran mereka dalam proses produksi, pendapat mereka tentang kondisi kerja, dan saran untuk perbaikan. 3) Wawancara dengan Pelanggan: Mengumpulkan masukan dari pelanggan tentang preferensi mereka terhadap produk rambak, harapan mereka terhadap kualitas dan layanan, serta saran untuk perbaikan.

Adapun metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sosialisasi dan pelatihan, adapun deskripsi kegiatannya adalah:

- a. Sosialisasi. Sosialisasi materi terkait tentang pengembangan UMKM dalam industri rumahan. Penyampaian materi tentang pengetahuan bagaimana membuat kerupuk mulai dari bahan – bahan yang sehat (tanpa menggunakan pengawet) dan alat – alat yang bersih dan higienis. Materi berikutnya adalah pengemasan dan branding. Kemasan suatu produk berfungsi sebagai pelindung dan membantu konsumen membawa produk serta berfungsi sebagai media branding. Desain kemasan produk perlu dipikirkan dengan baik untuk menjadi alat branding yang sesuai. Setelah produk dikemas kemudian diberi label. Label tersebut berisi identitas dan informasi produk.
- b. Pendampingan Usaha. Pelatihan pembuatan rambak suci melalui 3tahap kegiatan yaitu pelatihan pembuatan dan pemasaran kerupuk. Pada praktik pembuatan kerupuk bawang, mulai dari bahan – bahan, alat – alat dan cara – cara dalam pembuatan kerupuk bawang. Kemudian praktik cara pengemasan dan pemberian label. Elanjutnya, penyampaian materi pemasaran. Materi pemasaran yang diberikan kepada mitra menggunakan satu metode penjualan, yaitu penjualan offline dengan menitipkan kerupuk pada toko – toko dan pedagang di sekitar Sragen.

## Hasil Kegiatan

Kegiatan observasi atau pengamatan pada UMKM Rambak Suci dilakukan dengan melakukan kunjungan oleh mahasiswa dan dosen ITB AAS Indonesia. Kegiatan ini dilaksanakan pada Selasa, 27 Februari 2024 bertempat di rumah ibu Sa'adah yang merupakan pemilik dari Rambak Suci. Mahasiswa dan dosen ITB AAS Indonesia kemudian mengamati dan melakukan interview kepada Ibu Sa'adah selaku pemilik dan pengelola Rambak Suci. Mahasiswa dan dosen ITB AAS Indonesia mendapatkan informasi terkait sejarah berdirinya Rambak Suci, produk yang disediakan, dan proses produksinya. Dari hasil pelaksanaan kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diperoleh hasil sebagai berikut:

Pelatihan secara praktek dilaksanakan secara offline pada tanggal 27 Februari 2024. Kegiatan dilakukan di rumah wraga RT 15 RW 03 Trobayan, Kalijambe Sragen. Bahan – bahan yang diperlukan dalam pembuatan kerupuk antara lain tepung terigu, tepung tapioka, bawang putih, garam, terasi udang. Sedangkan alat-alat yang digunakan dalam pembuatan kerupuk terdiri dari timbangan, mesin pengaduk adonan, tempat penampung adonan, tempat penyaring adonan, gelas ukur, loyang dan pengukus kerupuk. Pembuatan adonan kerupuk yaitu dengan mencampur bahan – bahan tersebut menjadi satu pada mesin pengaduk adonan. Setelah adonan tercampur, adonan disaring menggunakan penyaring agar tidak ada adonan yang menggumpal.

Berikutnya adalah proses pengukusan adonan. Adonan tadi diratakan di dalam loyang yang kemudian dikukus selama 2 menit. Adonan yang sudah matang kemudian dipotong menjadi bagian kecil. Setelah dipotong, kerupuk dijemur di bawah sinar matahari sampai kering. Setelah kering, kerupuk siap dikemas untuk dijual.



**Gambar 2. Proses Pembuatan Rambak**





**Gambar 3. Proses Penyimpanan dan Pemotongan Rambak**



**Gambar 4. Proses Pengeringan Rambak**



**Gambar 5. Pengemasan Kerupuk**

Kerupuk yang sudah kering di kemas dalam keadaan mentah kemudian diberi label setelah itu di tutup di press menggunakan lilin. Kerupuk dijual dalam metode offline dengan menitipkan kwarung terdekat. Hasil penjualan kerupuk dalam satu bulan juga meningkat. Hal itu dikarenakan tidak adanya kenaikan harga di saat bahan baku naik sehingga penjualan kerupuk tetap stabil akan tetapi adapenguran takaran di saat bahan baku sedang ada

kenaikan . Hasil produksi kerupuk bawang dalam kegiatan ini dengan total 100 kemasan sekitar 30kg adonan

Pemecahan masalah yang kami usulkan setelah melalui tahap observasi UMKM Rambak Suci adalah sebagai berikut:

- a. Pada aspek pemasaran kami menawarkan solusi berupa pemasaran rambak secara online yang dapat dilakukan sebagai sarana branding usahanya baik dilakukan secara konvensional/luring atau secara daring. sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran dimana dapat ditampilkan foto produk serta testimoni dari pelanggan. Kemudian kami juga menawarkan solusi berupa pembuatan spanduk depan rumah yang dapat menjangkau lokasi rambak suci. Kami juga mengusulkan pembuatan microsite atau landing page sederhana untuk menampilkan informasi kontak yang dapat dihubungi dari rambak suci
- b. Pada aspek keuangan kami menawarkan solusi dengan menyarankan membuat nota penjualan untuk memudahkan pencatatan penjualan sekaligus dapat pula dijadikan alat branding usaha. Hal ini karena dalam nota penjualan terdapat logo dan informasi yang dapat digunakan oleh konsumen untuk dapat memesan kembali produk usaha rambak suci. Pada aspek pemasaran kami melakukan aktivitas pembuatan logo sederhana bagi UMKM Rambak Suci. Logo tersebut kemudian kami jadikan foto profil pada akun sosial media instagram.



Gambar 5. Logo Rambak Suci

Selain itu, kami juga melakukan aktivitas pembuatan media sosial dan pembuatan konten instagram Rambak Suci. Hal ini kami lakukan karena pengelola Rambak Suci sudah familiar dengan sosial media ini karena sebelumnya sudah memiliki namun vakum akibat terkendala kata sandi akun yang terlupa. Kami tidak melakukan pembuatan akun media sosial tiktok, karena pengelola UMKM tidak familiar dan keberatan akan hal tersebut. Kami juga melakukan pembuatan akun bisnis *google maps* yang digunakan untuk memudahkan calon pelanggan dan pelanggan untuk mendatangi lokasi usaha. Hal ini kami lakukan karena informasi dari pengelola katering bahwa, banyak diantara pelanggan yang memilih melakukan pembayaran dengan membayar langsung saat mengambil pesanan di lokasi usaha atau biasa dikenal dengan sistem *cash on delivery* (COD). Kami juga membuat sebuah *landing page* atau *microsite* untuk mempermudah pemasaran digital UMKM Rambak Suci.

Pada aspek legalitas, kami tidak dapat menerapkan solusi yang kami tawarkan yakni pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), dikarenakan keengganan pihak UMKM untuk mengurus hal tersebut dan ketidaksediaan untuk membuat nomor pokok wajib pajak (NPWP) yang menjadi salah satu prasyarat pembuatan NIB.

Analisis SWOT adalah suatu teknik analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan yang digunakan untuk membuat suatu perencanaan dalam berbagai bidang. SWOT ini merupakan singkatan dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang



(*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang terkait dengan suatu proyek, bisnis, atau situasi tertentu.

**Tabel 3.1**  
**Analisis SWOT Pemberdayaan UMKM Rambak Suci**

<p><i>Strenght</i> (Kelebihan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Harga terjangkau untuk semua lapisan masyarakat</li> <li>b. Menyediakan layanan antar</li> </ul> <p>Opsi pembayaran yang fleksibel</p>	<p><i>Weakness</i> (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cara pembuatan yang mudah sehingga memungkinkan banyak peniru</li> </ul>
<p><i>Opportunities</i> (Kesempatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mudah dalam hal pemasaran dan distribusi</li> <li>b. Alat dan bahan yang mudah didapatkan</li> <li>c. Harga yang mudah dijangkau</li> <li>d. Tidak membutuhkan modal besar sehingga dapat memudahkan proses produksi.</li> </ul>	<p><i>Threat</i> (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Persaingan harga antar produsen.</li> <li>b. Fluktuasi harga bahan baku yang dapat mengurangi margin keuntungan.</li> <li>c. Metode promosi produsen lain yang lebih bagus dan lebih menarik</li> <li>d. Banyaknya pilihan kerupuk yang lain untuk dikonsumsi</li> </ul>

**Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjudul “Pengembangan UMKM Produksi Rambak Suci di Sragen.” berupa sosialisasi pelatihan produksi kerupuk bawang, pengemasan dan pemasaran kerupuk bawang dalam peningkatan pendapatan UMKM. Rambak Suci adalah UMKM rumahan yang bergerak di bidang perdagangan kerupuk, khususnya kerupuk bawang, di Jipangan, Trobayan, Sragen. Usaha ini telah berkembang dari penjualan lokal menjadi distribusi melalui pedagang dan toko kelontong di Sragen dengan layanan antar. Namun, usaha ini menghadapi tantangan dalam pemasaran, karena masih mengandalkan metode tradisional seperti word of mouth dan partisipasi dalam kegiatan pasar UMKM tanpa sistematis. Selain itu, masalah keuangan termasuk pembukuan yang kurang rapi dan penggunaan kwitansi pembayaran yang tidak efektif, dengan opsi pembayaran hanya COD. Untuk mengatasi masalah ini, program pengabdian masyarakat dengan judul “Pengembangan UMKM Produksi Rambak Suci di Sragen” akan dilaksanakan, meliputi pelatihan produksi, pengemasan, dan pemasaran kerupuk untuk memperkuat usaha dan masyarakat.

Pada tanggal 27 Februari 2024, mahasiswa dan dosen ITB AAS Indonesia melakukan observasi dan wawancara di UMKM Rambak Suci, yang dikelola oleh Ibu Sa’adah di Trobayan, Kalijambe, Sragen. Dalam kunjungan tersebut, mereka mempelajari sejarah, produk, dan proses produksi kerupuk Rambak Suci. Pelatihan praktek pembuatan kerupuk dilakukan secara offline, menggunakan bahan-bahan seperti tepung terigu, tepung tapioka, bawang putih, garam, dan terasi udang, serta alat-alat seperti timbangan, mesin pengaduk, dan pengukus. Proses pembuatan kerupuk meliputi pencampuran bahan, penyaringan adonan, pengukusan, pemotongan, pengeringan, dan pengemasan. Produk yang dihasilkan sekitar 30 kg adonan dalam 100 kemasan. Hasil observasi menunjukkan peningkatan penjualan kerupuk karena stabilnya harga jual meski bahan baku meningkat. Tim ITB AAS Indonesia mengusulkan solusi untuk pemasaran dan keuangan, termasuk pemasaran online, pembuatan spanduk, microsite, dan logo, serta nota penjualan untuk memudahkan pencatatan dan branding. Media sosial Instagram diperbarui karena pengelola sudah familiar, sedangkan

pembuatan akun TikTok dan legalitas NIB tidak dilakukan karena keterbatasan dan keberatan dari pihak UMKM.

Dari hasil kegiatan pelatihan pembuatan kerupuk bawang diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Mendapatkan pengetahuan tentang pembuatan kerupuk mulai dari bahan bahan yang sehat (tanpa pengawet) dan alat alat yang bersih higienis serta pengemasan krupuk yang baik. 2) Hasil pelatihan berupa kemampuan membuat kerupuk yang digunakan untuk mata pencaharian untuk menambah pendapatan. 3) Harga tetap walaupun terdapat kenaikan bahan baku sehingga pelanggan tidak lari.

Saran dan perbaikan yang dapat dilakukan untuk kegiatan sejenis yang dapat dilakukan selanjutnya adalah penambahan jangka waktu kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebaiknya dilaksanakan pada saat jeda semester sehingga lebih optimal pelaksanaannya karena tidak mengganggu kegiatan akademik. Para mahasiswa dan dosen ITB AAS Indonesia sebaiknya sebelum diterjunkan untuk melaksanakan observasi dan pendampingan UMKM diberikan pelatihan dan bimbingan teknis supaya dapat memberikan pendampingan dan pemecahan masalah UMKM secara lebih optimal.

## Referensi

- Dewi, M. W., Kusuma, I. L., Kristiyanti, L. M. S., Fitria, T. N., & Budiyono, B. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26-31.
- Fitria, T. N., & Kusuma, I. L. (2024). Sosialisasi Pemasaran Digital Pada UMKM “Mukena Batik Ayu Production” Sukoharjo dalam Meningkatkan Penjualan. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(1).
- Hadi, S., Fitria, T. N., Sumadi, S., Tho'in, M., Pratiwi, J., Al Azizah, K., & Damayanti, P. A. (2024). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Sederhana Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Mulur. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Kemenko Perekonomian. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia—Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kusuma, I. L., & Fitria, T. N. (2023, December). Sosialisasi Strategi Penjualan Batik Pada Toko Batik Fajar Indah Melalui Perluasan Digital Marketing. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS* (Vol. 6, No. 1).
- Kusuma, I. L., Fitria, T. N., & Dewi, M. W. (2021). Pelatihan kewirausahaan sebagai peluang bisnis untuk generasi milenial di Soloraya selama masa pandemi COVID-19. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 315-321.
- Mohammadi, S. A., & Hoveida, R. (2013). The role of higher education in social skills development. *International Journal of Arts & Sciences*, 6(4), 299-305.
- Pardanawati, S. L., & Fitria, T. N. (2024). PELATIHAN PENYUSUNAN PELAPORAN KEUANGAN SECARA SEDERHANA TERHADAP PELAKU UMKM DESA NGARGOREJO, NGEMPLAK, BOYOLALI JAWA TENGAH. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(1).
- Sihombing. (2018). Model Pendampingan UKM di Kota Tangerang Selatan. *SEMBADHA 2018 Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat PKN STAN*, 1(1).
- Sumadi, S., & Fitria, T. N. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Manajemen Organisasi Di Karang Anom Klaten. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).

- Tirtosudarmo, R. (2019). Mengapa Masyarakat Indonesia Sulit Naik Kelas Ekonomi? Analisis Kebijakan Dalam Perspektif Demografi. Universitas Brawijaya Press.
- UNDP dan LPEM FEB UI. (2020). Impact of COVID-19 Pandemic on MSMEs in Indonesia. UNDP.