J-Dinamika
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

Vol. 11, No. 1 April 2026
E-ISSN : 2503-1112 | P-ISSN : 2503-1031
DOI : 10.25047/j-dinamika.v11i1.6938

Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas Produksi Melalui Inovasi pada UMKM Sopo Nyongko di Kabupaten Jember

Increasing Production Efficiency and Productivity Through Innovation at UMKM Sopo Nyongko in Jember Regency

Ardhitya Alam Wiguna [1*], Aditya Nizar Al Ardi [1], Aditya Wahyu Pratama [2], Financia Mayasari [1], Reynaldi Akbar Ali [2], Dicky Andriyanto[1], Fachmi Resya [1]

[1] Department of Business, Politeknik Negeri Jember
[2] Department of Technique, Politeknik Negeri Jember
*ardhitya@polije.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan **efisiensi dan produktivitas** UMKM Sopo Nyongko yang berlokasi di Kabupaten Jember. UMKM ini menghadapi tantangan utama, yaitu proses produksi yang masih manual dan memakan waktu, sehingga membatasi kapasitas produksi dan kecepatan layanan. Keterbatasan ini berdampak langsung pada potensi pertumbuhan usaha, terutama dalam memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat. Solusi yang ditawarkan dalam PkM ini adalah **inovasi dan modernisasi alat produksi**, khususnya melalui implementasi perbaikan alat-alat produksi yang dirancang khusus. Metode yang digunakan mencakup beberapa tahapan: 1) **Analisis kebutuhan** untuk memahami permasalahan spesifik UMKM Sopo Nyongko; 2) **Perancangan dan pengadaan alat inovatif**, yaitu penggunaan alat-alat semi otomatis yang sesuai dengan skala usaha; 3) **Pelatihan operasional** kepada para pekerja UMKM agar dapat mengoperasikan alat baru secara optimal; dan 4) **Pendampingan dan evaluasi** untuk memastikan keberlanjutan dan dampak positif dari inovasi yang telah diterapkan. Hasil yang diharapkan dari program ini adalah peningkatan signifikan dalam efisiensi waktu produksi, peningkatan jumlah porsi nasi goreng yang dapat diproduksi per hari, serta peningkatan kualitas dan konsistensi rasa produk. Dengan adanya modernisasi ini, UMKM Sopo Nyongko diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, dan menjadi contoh keberhasilan bagi UMKM sejenis di Kabupaten Jember.

Kata kunci —Inovasi, Produktivitas, UMKM Sopo Nyongko

ABSTRACT

This Community Service (PkM) aims to improve the efficiency and productivity of UMKM Sopo Nyongko, an MSME located in Jember Regency. This MSME faces a major challenge: its manual and time-consuming production process, which limits production capacity and service speed. This limitation directly impacts the business's growth potential, especially in meeting increasing market demand. The solution offered in this PkM is the innovation and modernization of production tools, specifically through the implementation of improved, purpose-built equipment. The methods used involve several stages: 1) Needs analysis to understand the specific issues faced by UMKM Sopo Nyongko; 2) Designing and procuring innovative tools, such as semi-automatic equipment tailored to the business's scale; 3) Providing operational training to the UMKM's workers so they can operate the new equipment optimally; and 4) Mentoring and evaluation to ensure the sustainability and positive impact of the implemented innovations.

Keywords *— Innovation, Productivity, Sopo Nyongko MSMEs*

OPEN ACCESS
© 2026. Ardhitya Alam Wiguna, Aditya Nizar Al Ardi, Aditya Wahyu Pratama, Financia Mayasari , Reynaldi Akbar Ali , Dicky Andriyanto, Fachmi Resya
Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Kegiatan bisnis yang dijalankan oleh sektor UMKM telah menjadi tumpuan Indonesia dalam rangka pemerataan pendapatan dan menimalisir angka pengangguran. UMKM dibidang makanan dan minuman menjadi bisnis paling banyak dijalankan oleh pemilik karena cara produksi yang cukup mudah dan memiliki nilai jual tinggi [1]. Secara umum, terdapat tiga faktor yang memainkan peranan penting untuk meningkatkan potensi bisnis UMKM diantaranya proses produksi, pengemasan, dan pemasaran [2]–[4]. UMKM di Kabupaten Jember yang memiliki potensi baik yaitu UMKM Sopo Nyongko dengan menitikberatkan produksi olahan makanan seperti nasi goreng, mie goreng, mie rebus, dimsum, dan aneka masakan lainnya telah menjadi favorit para pelanggannya. Permasalahan pertama pada UMKM Sopo Nyongko terletak pada penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana dan memakan banyak waktu, sehingga pelanggan cenderung memilih tempat lain yang lebih cepat dalam melayani. Aspek pelayanan sangat penting untuk dimaksimalkan pelaku UMKM karena berkaitan langsung dengan kepuasan dan minat pelanggan untuk membeli kembali [5], [6]. Permasalahan kedua yang diketemukan adalah proses pengemasan pada produk minuman tidak rapi dan kurang higenis. Kecenderungan lainnya adalah risiko minuman tumpah membuat pelanggan mulai meninggalkan UMKM.

Aspek pengemasan sebagai tahapan akhir produksi memainkan peranan penting untuk membawa kesan produk menarik, sehingga harus diperhatikan secara serius oleh pelaku bisnis [7], [8]. Aspek selanjutnya terkait pemasaran produk yang selama ini dilakukan oleh UMKM Sopo Nyongko masih menggunakan metode *mouth to mouth* dan melalui grup *Whatsapp* yang keterjangkauannya tidak maksimal. Pemasaran dengan jangkauan luas lebih menguntungkan karena calon pembeli yang mengakses dan menerima informasi memiliki potensi untuk membeli produk [9], [10]. Maka, cara paling efektif adalah pemasaran berbasis digital yang terjangkau biayanya dan memiliki potensi baik untuk memberikan informasi [11].

UMKM Sopo Nyongko yang telah berdiri sejak tahun 2020 tetap bertahan meskipun menggunakan peralatan sederhana dan metode pemasaran yang belum efektif. Kondisi yang tidak menguntungkan tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan perolehan pendapatan pemilik. Ketidakmampuan pemilik usaha untuk memiliki peralatan modern dan teknik pemasaran produk yang lebih efektif membuat pemilik cenderung memperoleh pendapatan yang tidak menentu [12]–[14]. Oleh sebab itu, pemilik UMKM Sopo Nyongko membutuhkan penyuluhan mengenai perakitan dan penggunaan alat produksi serta pengemasan produk untuk meningkatkan nilai jual. Selain itu, penyuluhan dan pembuatan iklan digital turut disampaikan pula kepada pemilik UMKM supaya produk yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat luas, sehingga mampu menarik minat calon pelanggan membeli produk.

Tujuan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik UMKM Sopo Nyongko yang bergerak di sektor makanan dan minuman supaya produk yang dihasilkan lebih berkualitas, lebih menarik dari sisi pengemasan, dan lebih dikenal luas melalui pemasaran berbasis digital. Diharapkan kegiatan bisnis UMKM Sopo Nyongko mampu meningkat dan lebih kompetitif melalaui kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian dari Politeknik Negeri Jember.

2. Target dan Luaran

Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM Sopo Nyongko yang beralamat di Jl. Sumatera 8 – Jember. UMKM Sopo Nyongko mengalami permasalahan dibidang produksi, pengemasan, dan pemasaran produk menyebabkan arus pendapatan tidak mampu diperoleh secara maksimal. Kegiatan pengabdian yang berfokus kepada peningkatan alat produksi, pengemasan, dan penggunaan teknologi untuk pemasaran memiliki tujuan supaya memberikan manfaat positif dalam bentuk nilai ekonomis bagi pemilik UMKM Sopo Nyongko.

3. Metode Pengabdian Masyarakat

Metode pengabdian masyarakat merupaka serangkaian kegiatan terstruktur untuk menyalurkan ilmu pengetahuan dan teknologi guna memecahkan masalah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, yang dapat dilakukan

melalui berbagai pendekatan seperti pendekatan partisipatif, pelatihan dan penyuluhan, pengembangan teknologi tepat guna, advokasi dan kebijakan, serta pendampingan dan pemberdayaan yang berfokus pada kekuatan dan aset masyarakat. Berisi penjelasan tentang metode atau tahapan kegiatan pengabdian yang dilakukan. Tahapan tersebut meliputi : 1). Observasi dan identifikasi masalah, 2). Perencanaan dan perancangan metode, 3). Pelaksanaan kegiatan (penyuluhan, pelatihan, pendampingan), 4). Evaluasi (penilaian efektivitas dan dampak pelaksanaan program setelah kegiatan dilakukan kepada masyarakat sasaran). Tahapan pengabdian bisa digambarkan dalam bentuk flowchart atau diagram, kemudian dijelaskan secara rinci bagaimana pelaksanaan per tahapan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian di UMKM Sopo Nyongko terdiri dari beberapa aspek meliputi antara lain sebagai berikut:

a. Survei pada Mitra Pengabdian

Tim pelaksanaan program pengabdian masyarakat melakukan survei pendahuluan pada mitra pengabdian sebelum melakukan pelaksanaan kegiatan program pengabdian. Metode kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini adalah metode observasi dan wawancara yang dilakukan pada mitra program pengabdian. Tahapan ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan melakukan idententifikasi karakteristik serta permasalahan dari mitra.

b. Melakukan Koordinasi dengan Mitra

Tahapan koordinasi dengan mitra ini dilakukan dengan tujuan untuk merencanakan langkah-langkah dan mempersiapkan kebutuhan dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Metode yang dilakukan dalam tahapan koordinasi dengan mitra adalah metode diskusi untuk merencanakan langkah-langkah dan mempersiapkan kebutuhan dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat tersebut, yang meliputi: koordinasi tentang waktu pelaksanaan program penyuluhan, teknik dan metode pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan program pengabdian, koordinasi sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pelaksanaan program pengabdian, jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan program pengabdian kepada masyarakat.

c. Penyusunan Materi Penyuluhan dan Pendampingan

Pada tahapan ini tim pengabdian masyarakat mempersiapkan materi pelatihan tentang manajemen keuangan yang meliputi materi tentang: (1) Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) atau *Good Maufacturing Practices* (GMP) untuk industri rumah tangga; (2) pencatatan transaksi keuangan, perhitungan analisis usaha, dan penyusunan laporan keuangan sesuai Standar Akuntansi Keuangan (SAK) usaha mikro. (4) Strategi pemasaran untuk pengembangan pemasaran melalui strategi bauran pemasaran, dengan melakukan studi literatur dan menyusun atau membuat materi pelatihan dan media pelatihan yang mudah dipahami oleh sasaran program pengabdian. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah metode studi pustaka atau studi literatur, diskusi dengan tim program pengabdian, dan praktek pembuatan materi dan media pelatihan kepada mitra.

d. Penyuluhan tentang *Good Manufacturing Practices* (GMP)

Pada tahapan ini tim pengabdian masyarakat melakukan sosialiasasi dan pendampingan kepada mitra tentang tentang Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) atau *Good Maufacturing Practices* (GMP) untuk Industri Rumah Tangga, yaitu mengenai persyaratan yang harus dipenuhi tentang penanganan pangan untuk memenuhi standar mutu atau persyaratan keamanan pangan yang ditetapkan untuk pangan. Melalui CPPOB ini industri pangan dapat menghasilkan pangan yang bermutu dan aman untuk dikonsumsi. Pendampingan CPPOB ini nantinya juga untuk membantu mitra untuk mendapatkan legalitas label halal.

e. Penyuluhan Strategi Bauran Pemasaran Produk

Pada tahapan ini tim pengabdian masyarakat melakukan pendampingan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix/* 4P) yang meliputi Aspek Produk (*Product*), Harga (*Price*), Saluran Distribusi (*Place*) dan Promosi (Promotion) untuk produk olahan makanan dana

minuman yang dihasilkan oleh UMKM Sopo Nyongko selama ini dan pendampingan pengembangan pemasaran kepada mitra untuk pengembangan pemasaran dan diperluas distribusi pemasarannya. Metode yang digunakan pada tahapan ini yaitu metode ceramah atau penyampaian materi tentang strategi bauran pemasaran, metode diskusi tentang pengembangan pemasaran produk olahan makanan dan minuman UMKM Sopo Nyongko, dan metode pendampingan pengembangan pemasaran pemasaran produk makanan dan minuman UMKM Sopo Nyongko.

f. Monitoring dan Evaluasi Program Pengabdian

Monitoring dan evaluasi pelaksanaan program pengabdian masyarakat bertujuan untuk mengetahui apakah mitra sudah dapat menjalankan penerapapan Teknologi untuk proses produksi dan pengemasan produk makanan dan minuman UMKM Sopo Nyongko, melakukan penerapan CPPOB serta dapat mengembangkan dan memperluas distribusi pemasaran untuk produk makanan dan minuman UMKM Sopo Nyongko.

4. Pembahasan

a. Sosialisasi Pengenalan GMP

Pada pelaksanaan program pengabdian tim pelaksana melakukan sosialisasi GMP untuk IRT sesuai dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. Nomor HK. 03.1.23.04.12.2206 Tahun 2012, tentang Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga. Materi yang disampaikan meliputi ruang lingkup GMP untuk IRT yang harus dijalankan oleh mitra untuk menghasilkan produk olahan yang bermutu, aman dan layak dikonsumsi. Ruang Lingkup GMP IRT tersebut meliputi: (1) Lokasi dan Lingkungan Produksi; (2) Bangunan dan Fasilitas Ruang Produksi; (3) Peralatan Produksi; (4) Suplai Air dan Sarana Penyediaan Air; (5) Fasilitas dan Kegiatan Higiene dan Sanitasi; (6) Kesehatan dan Higiene Karyawan; (7) Pemeliharaan dan Program Higiene dan Sanitasi; (8) Penyimpanan; (9) Pengendalian Proses; (10) Pelabelan Pangan; (11) Pengawasan oleh Penanggung Jawab; (12) Penarikan Produk; (13) Pencatatan dan Dokumentasi; dan (14) Pelatihan Karyawan.



Gambar 1. Pelaksanaan Sosialiasi dan Pendampingan Materi *Good Maufacturing Practice* (GMP) untuk Industri Rumah Tangga kepada Mitra

Sosialisasi dan Pelatihan GMP kepada mitra ini dapat meningkatkan pengetahuan mitra tentang Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT), dengan penerapan GMP pada usaha mitra, mitra dapat melakukan proses produksi dengan lebih higienis, mengurangi peluang terjadinya kontaminasi silang pada saat penyiapan proses produksi, pada saat proses produksi, dan penyimpanan produk, serta dapat menghasilkan produk pangan yang bernutu, layak dikonsumsi, dan aman bagi kesehatan konsumen. Pengetahuan tentang GMP yang diberikan kepada mitra juga dapat menjadi bekal bagi mitra nantinya untuk mendapatkan P-IRT.



Gambar 2. Penyerahan Peralatan Penunjang Bisnis UMKM

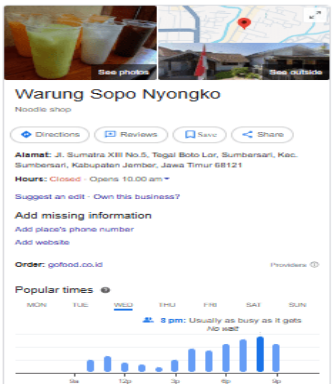
b. Peningkatan Citra Merk Produk

Kegiatan pengembangan dan implementasi strategi Digital Marketing pada UMKM Sopo Nyongko di Kabupaten Jember bertujuan untuk mengubah pola pemasaran tradisional menjadi modern, guna menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan kinerja penjualan. Integrasi UMKM Sopo Nyongko dengan Google Bisnisku (sebelumnya dikenal sebagai Google My Business/GMB) dan Google Maps adalah pilar utama dalam strategi *digital marketing* mereka. Platform ini berfungsi sebagai etalase digital gratis yang menargetkan pelanggan lokal secara langsung (Local SEO).



Gambar 3. Penyuluhan pembuatan prototype untuk pemasaran digital

Pemanfaatan Google Bussines enggunakan fitur katalog, balasan otomatis, dan *status update* untuk mempromosikan menu harian dan menjalin komunikasi langsung dengan pelanggan lama (retensi pelanggan). Pemasaran tidak lagi terbatas pada radius fisik toko. Sopo Nyongko kini mampu menjangkau konsumen di berbagai kecamatan Jember yang dilayani oleh jasa pengiriman *online*.



Gambar 4. Hasil akhir konten pemasaran digital UMKM Sopo Nyongko

Luaran kegiatan pemasaran digital adalah terciptanya laman website pemasaran produk UMKM Sopo Nyongko di Google yang memudahkan calon pembeli mengakses informasi secara detail meliputi alamat UMKM, produk, gambaran UMKM, dan informasi lain yang mendukung kegiatan bisnis UMKM.

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM Sopo Nyongko Adalah sebagai berikut :

a. Kegiatan *digital marketing* telah mentransformasi UMKM Sopo Nyongko dari penjual minuman konvensional menjadi entitas bisnis yang adaptif dan siap bersaing di era digital. Hasilnya terukur melalui peningkatan visibilitas, kenaikan signifikan dalam penjualan *online delivery*, dan *branding* yang lebih profesional, sehingga secara keseluruhan meningkatkan kinerja pemasaran dan stabilitas pendapatan UMKM.
b. Penggunaan mesin *cup sealer* manual pada UMKM Sopo Nyongko di Kabupaten Jember terbukti menjadi investasi teknologi tepat guna yang sangat efektif. Alat ini berhasil meningkatkan efisiensi waktu penyegelan hingga 90% dan secara signifikan meningkatkan kapasitas pelayanan. Selain efisiensi, *cup sealer* berperan penting dalam menjamin higienitas produk dan meningkatkan profesionalisme kemasan melalui *branding* logo, menjadikannya kunci untuk mendukung pertumbuhan UMKM Sopo Nyongko di pasar minuman Jember yang kompetitif.

6. Ucapan Terima Kasih (Optional)

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada **Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Jember** yang telah memberikan arahan, pendampingan, serta dukungan pendanaan melalui skema **PNBP Politeknik Negeri Jember**, sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana sesuai dengan ketentuan dan mencapai luaran yang diharapkan.

7. Daftar Pustaka

[1] S. Viknesuari, K. Naffarindra, and F. Ramadhanti, "Pendampingan Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Teh Tarik Jelly Campernik Cianjur," *Wikrama Parahita J. Pengabdi. Masy.*, vol. 6, no. 1, pp. 107–115, May 2022, doi: 10.30656/jpmwp.v6i1.3784.

[2] S. Hutasuhut, Irwansyah, A. Rahmadsyah, and R. Aditia, "Impact of business models canvas learning on improving learning achievement and entrepreneurial intention," *Cakrawala Pendidik.*, vol. 39, no. 1, pp. 168–182, 2020, doi: 10.21831/cp.v39i1.28308.

[3] M. A. Moktadir, A. Kumar, S. M. Ali, S. K. Paul, R. Sultana, and J. Rezaei, "Critical success factors for a circular economy: Implications for business strategy and the environment," *Bus. Strateg. Environ.*, vol. 29, no. 8, pp. 3611–3635, Dec. 2020, doi: 10.1002/bse.2600.

[4] D. S. Nasution, "Peningkatan kapasitas manajemen usaha bagi pelaku usaha sektor industri UKM roti sebagai upaya peningkatan daya saing usaha menuju industri mandiri," *Transform. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 14, no. 1, pp. 27–34, Jun. 2018, doi: 10.20414/transformasi.v14i1.572.

[5] D. Sugiri, "Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19," *Fokus Bisnis Media Pengkaj. Manaj. dan Akunt.*, vol. 19, no. 1, pp. 76–86, Jul. 2020, doi: 10.32639/fokusbisnis.v19i1.575.

[6] S. Kumar, R. Sureka, W. M. Lim, S. Kumar Mangla, and N. Goyal, "What do we know about business strategy and environmental research? Insights from Business Strategy and the Environment," *Bus. Strateg. Environ.*, vol. 30, no. 8, pp. 3454–3469, Dec. 2021, doi: 10.1002/bse.2813.

[7] R. Hidayah, E. S. Farid, and H. W. Adda, "Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Upaya Pengembangan Usaha Sweet Banana," *J. EMA*, vol. 8, no. 1, p. 10, 2023, doi: 10.51213/ema.v8i1.316.

[8] K. K. Soong, E. M. Ahmed, and K. S. Tan, "Factors influencing Malaysian small and medium enterprises adoption of electronic government procurement," *J. Public Procure.*, vol. 20, no. 1, pp. 38–61, 2020, doi: 10.1108/JOPP-09-2019-0066.

[9] R. Mustika and I. Febrianty, "Pembinaan Manajemen Usaha Pembudidaya Ikan Papuyu (Anabas Testudineus) pada Pokdakan Waringin Baru," *J. Pemberdaya. Masy. Univ. Al Azhar Indones.*, vol. 4, no. 2, p. 45, 2022, doi: 10.36722/jpm.v4i2.684.

[10] O. F. Sitorus, R. A. Ningsih, A. Andini, N. A. Rahmawati, and M. Y. Alfarisi, "Mengatasi Tantangan Transformasi Digital Umkm: Tantangan Dan Solusi Melalui Kegiatan Pendampingan di Jakarta dan Bekasi," *J. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 4, no. 6, pp. 939–948, Jan. 2025, doi: 10.52436/1.jpmi.2768.

[11] O. Ali, A. Shrestha, V. Osmanaj, and S. Muhammed, "Cloud computing technology adoption: an evaluation of key factors in local governments," *Inf. Technol. People*, vol. 34, no. 2, pp. 666–703, 2021, doi: 10.1108/ITP-03-2019-0119.

[12] D. Andriyanto, A. A. Wiguna, F. Mayasari, A. N. Al Ardi, F. Resya, and E. Yuniar, "Determinan Keputusan Pembelian Produk: Satu Pendekatan Konsep CRM," *Bisma J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 19, no. 1, pp. 35–44, 2025.

[13] D. Tulipa, S. V. Mettan, and A. L. Simmamora, "Identification of Product Value, Packaging Design, and Marketing Communication of MSMEs in Karah, Jambangan – Surabaya," *J. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 5, no. 4, pp. 643–651, Aug. 2025, doi: 10.52436/1.jpmi.3538.

[14] N. Noffiyanti, N. J. Aurelia, and B. Rahmawati, "Sosialisasi Digital Marketing Untuk Pemasaran Produk Guna Meningkatkan Penjualan Umkm Di Desa Margodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran," *J. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 4, no. 5, pp. 829–837, Nov. 2024, doi: 10.52436/1.jpmi.3026.