

---

**PENGEMBANGAN PRODUKTIVITAS UMKM DESA NGARGOGONDO MELALUI  
PELATIHAN DIVERSIFIKASI PRODUK**

**Fitrah Sari Islami**<sup>1\*</sup>  
**Andhatu Achsa**<sup>2</sup>  
**Ulfa Rahma Pramudianti**<sup>3</sup>  
Universitas Tidar<sup>1,2,3</sup>  
fitrahsari@untidar.ac.id<sup>1\*</sup>  
andhatuachsa@untidar.ac.id<sup>2</sup>  
ulfarahmap17@gmail.com<sup>3</sup>

---

**History Artikel**

*Received:* 05-09-2023; *Revised:* 3-10-2023; *Accepted:* 22-12-2023; *Published:* 24-12-2023

---

**ABSTRAK**

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas pelaku usaha di Desa Ngargogondo dengan upaya meningkatkan daya saing produk dalam konsep diversifikasi, inovasi, dan pemasaran. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah, diskusi, dan tutorial. Kegiatan ini dimulai dengan memberikan informasi awal mengenai pentingnya inovasi dan diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing. Pelatihan diversifikasi produk dimulai dengan memberikan tutorial pembuatan produk makanan slondok, singkong serta budidaya jamur. Jenis makanan variasi baru yang dapat dikembangkan yaitu slondok berbagai rasa, keripik getuk dan budidaya jamur tiram. Dalam pelatihan ini, peserta diberi kesempatan untuk mencoba membuat kreasi masakan tersebut. Selain pelatihan produk, diskusi terkait cara jitu kegiatan pemasaran juga diberikan kepada peserta. Hasil dari kegiatan pengabdian ini yaitu para pengusaha telah mengetahui beberapa bentuk diversifikasi produk serta dapat membuat contoh ragam produk tersebut. Lebih lanjut, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi bekal untuk melakukan variasi diversifikasi produk secara cepat dan dapat menambah daya tarik pasar, sehingga produktivitas meningkat, pangsa pasar meluas, dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pelaku usaha di Desa Ngargogondo.

**Kata Kunci:** diversifikasi produk, UMKM, produktivitas usaha

**ABSTRACT**

*This activity aims to increase the productivity of business actors in Ngargogondo Village by increasing product competitiveness in the concepts of diversification, innovation and marketing. The methods used in this activity are lectures, discussions and tutorials. This activity begins by providing initial information regarding the importance of innovation and product diversification in increasing competitiveness. Product diversification training begins by providing tutorials on making slondok, cassava products and cultivating mushrooms. New types of food variations that can be developed are slondok with various flavors, gethuk chips and oyster mushroom cultivation. In this training, participants are given the opportunity to try making these culinary creations. Apart from product training, discussions related to the right way of marketing activities were also given to the participants. Furthermore, it is hoped that this activity will be a provision for quickly diversifying products and increasing market attractiveness, so that productivity increases, market share expands, and can improve the welfare of the community and business actors in Ngargogondo Village.*

**Keywords:** product diversification, MSMEs, business productivity

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. Menurut Tambunan (2012) di Indonesia, UMKM terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997 yang mana banyak dari perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sedangkan UMKM mampu bertahan dengan kondisi krisis tersebut. Selain itu, sektor ini mampu meningkatkan pendapatan per kapita atau Produk Domestik Bruto (PDB) masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Sehingga hal ini telah mendukung setiap daerah untuk menggerakkan UMKM yang ada di daerah tersebut. (Hudiyono & Safitri, 2022).

Desa Ngargogondo merupakan salah satu desa wisata di kawasan Candi Borobudur memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Beberapa diantaranya yaitu keindahan alam dan produk-produk wisata. Produk wisata mencakup diantaranya barang hias rumah tangga, makanan ringan serta pernak-pernik. Pada kondisi ini, tim berfokus untuk menjangkau para pelaku usaha UMKM makanan ringan untuk dapat dijadikan mitra kegiatan ini. Beberapa alasan pemilihan jenis usaha ini diantaranya memiliki permasalahan yang cukup serius untuk diselesaikan, memiliki pesaing yang cukup banyak, serta prospek usaha yang masih bisa dikembangkan.



**Gambar 1.** Produk UMKM Desa Ngargogondo  
Sumber: Zuniyanto (2022)

Kondisi mitra UMKM souvenir dan makanan ringan yang tersebar di Desa Ngargogondo masih membutuhkan banyak pembenahan. Target para pengusaha ini adalah untuk dapat melakukan ekspansi usaha yang lebih

luas. Terdapat beberapa faktor pendukung kegiatan perluasan usaha tersebut. Sebagaimana telah kita ketahui ada beberapa faktor yang mendorong kemajuan UMKM saat ini, salah satunya perluasan pasar, pangsa pasar, dan penetapan standar diatas rata-rata (Sakur, 2011; Sulistyowati & Lestari, 2016; Tambunan et al., 2021). Beberapa permasalahan yang terkumpul dari para pengusaha UMKM souvenir dan makanan ringan untuk mewujudkan ekspansi usaha yaitu minimnya daya tarik pembeli terhadap produk makanan maupun souvenir, penjualan produk tidak mencapai target bisnis, serta kurang luasnya pasar penjualan produk para pengusaha.

Beberapa permasalahan diatas memiliki kaitan dengan produktivitas. Produktivitas juga merupakan indikator penting dalam UMKM. Namun produktivitas yang tinggi juga harus dibarengi dengan produk yang berdaya saing (Efridiyanti & Cerya, 2021). Untuk itu, peningkatan daya saing produk dapat didorong dengan adanya diversifikasi produk (Purnamasari et al., 2021). Pemahaman pengusaha terhadap pasar merupakan aspek penting untuk meningkatkan produktivitas. Variasi produk menarik akan menunjang permintaan pasar dan berkaitan dengan permintaan terhadap produksi barang (Wusqo et al., 2023). Untuk itu pengabdian ini diarahkan pada diversifikasi produk, inovasi produk dan pemasaran produk. Maka tim pengabdian mengajukan kegiatan yang berjudul “Pengembangan Produktivitas UMKM Desa Ngargogondo Melalui Pelatihan Diversifikasi Produk”.

## METODE

Pelaksanaan program pengabdian dilakukan dengan beberapa tahap yaitu metode ceramah, tutorial, serta diskusi. Berikut ini tahap demi tahap kegiatan tersebut yaitu peserta diberi informasi mengenai diversifikasi produk olahan makanan maupun souvenir dalam kegiatan ceramah dengan tujuan pengembangan produktivitas usaha. Selanjutnya peserta diberikan pendampingan dalam pembuatan variasi produk sebagai bagian dari inovasi usaha. terakhir, peserta diberi kesempatan untuk diskusi terkait beragam permasalahan dan tips trik pemasaran produk yang tepat dalam meraih pangsa pasar yang lebih luas dan meningkatkan produk yang berdaya saing.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Ngargogondo, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Peserta kegiatan merupakan para pemilik usaha UMKM maupun mewakili dari salah satu pegawai yang bekerja di usaha tersebut. Kegiatan berlangsung dengan memberikan pemahaman awal kepada para peserta mengenai tujuan akhir dari kegiatan usaha yaitu peningkatan produktivitas usaha serta daya saing produk. Untuk itu, para peserta diberikan informasi mengenai pentingnya melakukan diversifikasi produk. Terlebih saat ini, ada banyak pesaing bisnis di berbagai daerah yang bisa saja menjadi kompetitor dengan ide bisnis ataupun ide produk yang belum pernah ada. Selain itu, persaingan semakin ketat dengan adanya penjualan produk berbasis digital/online. Sehingga para pengusaha wajib untuk selalu melakukan inovasi dan kreativitas terhadap usaha masing-masing. Konsep diversifikasi produk adalah dengan upaya menambah variasi produk yang bisa menarik minat pembeli. Minat pembeli merupakan aspek penting karena berkaitan dengan tinggi rendahnya volume penjualan. Setelah memberikan pemahaman tersebut, peserta dikenalkan dengan variasi produk lainnya yang bisa dikembangkan dan banyak diminati pembeli maupun wisatawan di kawasan Candi Borobudur. Diversifikasi produk tersebut dalam bentuk slondok berbagai rasa, keripik getuk, dan budidaya jamur tiram.



**Gambar 2.** Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian  
Sumber: Ulfa (2023)

Kemudian kegiatan berlanjut dengan memperkenalkan ketiga produk tersebut. Slondok merupakan makanan ringan lokal yang dapat dijadikan makanan dengan variasi rasa seperti produk makanan ringan lainnya yang tersedia di minimarket saat ini. Slondok dengan cita rasa khas lokal dapat diberi tambahan rasa seperti rasa balado, barbecue, dan jagung manis. Produk lain yang diperkenalkan adalah dengan mengolah getuk menjadi keripik. Keripik tersebut menjadi lebih gurih dan manis karena sebelumnya sudah diolah menjadi getuk dengan berbagai rasa. Produk terakhir yaitu budidaya jamur tiram. Perkenalan terhadap produk ini sebagai upaya menjawab minat masyarakat yang sangat menyukai produk dengan olahan jamur tiram. Sehingga dengan membuat budidaya ini, dapat menambah permintaan terhadap minat pasar yang saat ini cukup tinggi. Jamur tiram sangat menarik minat masyarakat karena rasanya yang gurih, manis dan lembut. Sehingga dapat dikreasikan menjadi berbagai jajanan nikmat seperti jamur crispy dan sayur jamur. Sehingga budidaya jamur tiram dapat menambah pemasukan baru bagi para pelaku usaha UMKM di desa ini.



**Gambar 3.** Informasi Diversifikasi Produk  
Sumber: Ulfa (2023)

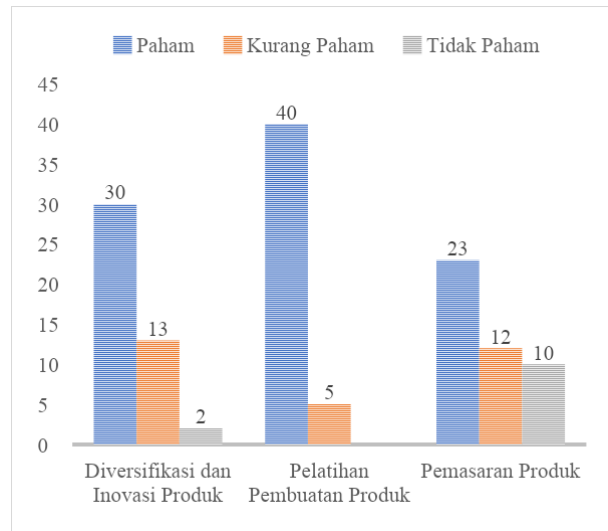
Setelah mengenalkan berbagai produk tersebut, tim juga memberikan pelatihan pembuatan salah satu produk yaitu slondok variasi rasa. Dengan memanfaatkan slondok yang sudah di produksi oleh para pelaku usaha, tim menyiapkan berbagai bumbu rasa tambahan yaitu, balado, barbecue, dan jagung manis. Tentunya dengan menambah bumbu tersebut, telah memberikan

sensasi baru dalam memakan slondok. Kemudian setelah mencampurkan varian bumbu. Para peserta dipersilahkan untuk mencicipi slondok dengan variasi rasa tersebut. Tentunya tim pengabdian telah memilih bumbu dengan harga yang masih cocok untuk harga pokok penjualan slondok. Sehingga nantinya produk ini dapat bersaing dari sisi rasa maupun harga.

Setelah memberikan pelatihan diversifikasi produk makanan tersebut, tidak tepat rasanya jika tidak membahas pangsa pasar dan strategi pemasaran. Apalagi variasi produk tersebut harus diperkenalkan ke pasar. Para peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi terkait cara pemasaran produk, *marketing* yang tepat, perluasan pasar, harga produk yang bersaing, serta prospek usaha desa kedepan. Tentunya dengan memanfaatkan kondisi Desa Ngargogondo yang merupakan desa wisata kawasan Candi Borobudur. Dengan banyaknya jumlah kunjungan domestik dan internasional setiap harinya di Kawasan Borobudur, tentunya hal ini dapat menjadi pangsa pasar tersendiri bagi pelaku usaha kawasan desa tersebut. Pemanfaatan pangsa pasar ini untuk meningkatkan volume penjualan sudah pasti dapat dijadikan sarana yang tepat sasaran. Tinggal bagaimana masyarakat sekitar dapat memanfaatkan kondisi ini.

Setelah melakukan kegiatan penyampaian informasi, pemberian pelatihan diversifikasi produk, serta diskusi terkait pemasaran. Para peserta melalui proses evaluasi dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana informasi dan pelatihan yang diberikan dapat diserap oleh para peserta. Selain itu, hal ini bertujuan untuk memperkirakan apakah kegiatan ini dapat mendukung terwujudnya tujuan akhir yaitu peningkatan produktivitas usaha serta daya saing produk. Evaluasi para peserta dilakukan dengan pengisian form evaluasi terkait topik pelatihan. Indikator penilaian antara lain pemahaman terkait inovasi dan diversifikasi produk, pelatihan pembuatan produk, dan pemasaran produk. Dari hasil pengisian angket oleh peserta dengan jumlah 45 orang, terlihat bahwa pada topik diversifikasi produk 66,66 % peserta paham akan topik tersebut, 28,88 % peserta masih kurang paham dengan topik tersebut, dan ada 4,46 % peserta yang tidak paham dengan topik yang disampaikan. Terlihat bahwa sebagian besar peserta sudah memahami hanya ada 2 orang peserta yang tersisa dengan kondisi yang memang sudah cukup

tua dan agak sulit untuk memahami topik yang disampaikan.



**Gambar 4.** Hasil Evaluasi Kegiatan

Sumber: Data diolah, 2023

Pada topik pelatihan pembuatan produk slondok dengan berbagai varian rasa, 88,89 % peserta mengaku telah memahami cara pembuatan produk slondok variasi rasa tersebut. Persentase pemahaman cukup tinggi karena peserta melihat langsung proses pembuatan dan pencampuran bumbu pada slondok, serta mencicipi berbagai varian rasa. Dari pengalaman ini, peserta lebih cepat memahami ketika suatu topik bisa diberikan tutorial secara langsung. Sehingga peserta bisa langsung merasakan pengalaman pembuatan produk tersebut. Peserta yang kurang memahami tercatat sebanyak 11,11 % yang didominasi oleh pria, dan tidak ada peserta yang tidak memahami pelatihan pembuatan produk tersebut. Pada topik pemasaran produk, sebanyak 51,11 % peserta telah memahami aspek pemasaran yang perlu dilakukan untuk usaha mereka ke depan. Peserta yang kurang memahami tercatat sebanyak 26,67 % dan peserta yang tidak memahami sebanyak 22,22 %. Kurangnya pemahaman peserta tersebut disebabkan oleh beberapa hal terkait sulitnya menerapkan model pemasaran baru karena kurangnya sumber daya manusia yang tersedia, terlebih jika ingin melakukan pemasaran secara digital. Banyak dari para pekerja UMKM tersebut yang merupakan ibu-ibu yang kurang paham menggunakan media sosial untuk pemasaran. Untuk peserta yang tidak paham menyatakan bahwa

mereka sulit untuk menerapkan strategi pemasaran tersebut tanpa cara yang nyata. Sehingga hal ini menjadi perhatian bagi tim pengabdian ke depan untuk dapat menyesuaikan model pelatihan lebih kepada tutorial langsung dibandingkan dengan ceramah.

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan tersebut, topik inovasi dan diversifikasi produk telah diterima dengan baik dan dipahami oleh peserta. Beberapa produk olahan makanan seperti slondok dengan variasi rasa, keripik getuk, serta budidaya jamur, telah diperkenalkan sebagai prospek usaha yang cukup berpeluang untuk meraih pangsa pasar yang lebih baik di masyarakat, apalagi kawasan tersebut merupakan kawasan wisata internasional. Selain itu, konsep pemasaran produk terkini dengan pemanfaatan digital/online melalui media sosial dan sebagainya, dapat dijadikan strategi untuk memperluas pasar dan meningkatkan produktivitas usaha.

Sebagian besar peserta telah mampu memahami topik yang disampaikan berkaitan dengan inovasi dan diversifikasi produk, pelatihan pembuatan produk, dan pemasaran produk. Namun dari hasil evaluasi, peserta jauh lebih memahami pelatihan jika dilakukan pendampingan dan tutorial secara langsung dibandingkan hanya dengan model ceramah. Dari kondisi ini terlihat, bahwa sebelum dilakukan pelatihan, produk yang dijual hanya terbatas pada apa yang sudah disediakan peserta UMKM. Setelah tutorial pembuatan diversifikasi produk dilakukan, para peserta memiliki gambaran ragam produk baru dan dapat membuat ragam produk tersebut dengan harapan dapat menghasilkan nilai tambah.

Diharapkan dengan ilmu dan informasi yang diberikan, para pelaku UMKM bisa menerapkan ilmu inovasi produk maupun diversifikasi produk pada usaha mereka. Pelatihan pembuatan produk dengan ragam variasi dapat menjadi contoh bagi peserta untuk bisa meningkatkan kreativitas mereka pada produk usaha masing-masing. Pola pikir kreatif dan inovatif menjadi aspek penting dalam hal ini. Sehingga kedepan, UMKM di Desa Ngargogondo dapat menarik minat pembeli, berdaya saing, memiliki pangsa pasar yang luas, serta dapat meningkatkan produktivitasnya. Dampak ini pada akhirnya diharapkan dapat

meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan perekonomian masyarakat desa tersebut.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kepala Desa Ngargogondo Bapak Umar Syahid dan Koordinator UMKM Bapak Zunianto atas kesediaannya untuk berkoordinasi dalam mewujudkan terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Sehingga acara ini dapat berjalan dengan lancar. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada LPPM-PMP Universitas Tidar atas dukungan dana dan dorongan untuk mencapai standar yang lebih baik. Semoga kegiatan ini dapat terus bermanfaat untuk masyarakat setempat.

### DAFTAR RUJUKAN

- Efridiyanti, M., & Cerya, E. (2021). Faktor-Faktor Penentu Produktivitas UMKM Songket. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 389. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11447>
- Hudiyono, R. F., & Safitri, D. (2022). Analisis Program Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Oleh Pt Lima Pondasi Bersama. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan (JABT)*, 4(2), 83–91. <https://scholarhub.ui.ac.id/jabt>
- Purnamasari, V., Yusida, E., Annisa Qurrata, V., Seprillina, L., & Shandy Narmaditya, B. (2021). Diversifikasi Produk sebagai Solusi Peningkatan Produksi UMKM Gula Semut pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Karinov*, 5(1), 9–13. <http://doi.org.10.17977/um045v5i1p009>
- Sakur. (2011). Kajian Faktor-Faktor yang Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Studi Kasus di Kota Surakarta. *Spirit Publik*, 7(2), 85–110.
- Sulistiyowati, E., & Lestari, N. S. (2016). Faktor-Faktor Penentuan Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Yogyakarta. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, VI(1), 24–36.
- Tambunan, T., Santoso, W., Busneti, I., & Batunanggar, S. (2021). The Development of MSMEs and the Growth of Peer-to-Peer (P2P) Lending in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change. Www.Ijicc.Net*, 15(2), 2021. [www.ijicc.net](http://www.ijicc.net)
- Wusqo, A. U., Fridayanti, B. E., & Aisyah, S. (2023). Pengembangan dan Pendampingan UMKM Dompot Kulit Melalui Digitalisasi

Marketing Berbasis Marketplace Shopee Untuk Menunjang Pemasaran dan Peningkatan Penjualan. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1), 43.  
<https://doi.org/10.30595/jppm.v7i1.9482>