



PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF OLAHAN TEMPE UNTUK PASAR EKSPOR: STUDI KASUS UMKM DI BOGOR, JAWA BARAT

Rinandita Wikansari^{1*}, Renny Kurniawati², Disma Prasaja³,
Ahmad Wimbo Helvianto⁴

^{1,2,3,4}Prodi Perdagangan Internasional Wilayah ASEAN dan RRT, Politeknik APP Jakarta, Indonesia

¹rinandita-w@kemenperin.go.id

ABSTRAK

Abstrak: Pendampingan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional. Artikel ini membahas pendampingan yang dilakukan kepada UMKM penghasil produk olahan tempe dalam rangka mempersiapkan produk untuk pasar ekspor. Melalui pendekatan berbasis brainstorming dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, program pendampingan ini berfokus pada peningkatan inovasi produk, pengembangan kualitas, pengemasan modern, serta strategi pemasaran digital yang sesuai dengan standar ekspor internasional. Hasil dari pendampingan menunjukkan bahwa UMKM berhasil meningkatkan kualitas produk serta memperluas jaringan pasar globalnya melalui pelatihan dan dukungan berkelanjutan. Kolaborasi dengan pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta juga terbukti efektif dalam memberikan dukungan teknis dan finansial. Namun demikian, masih terdapat tantangan dalam adopsi teknologi dan keberlanjutan program yang memerlukan pendampingan jangka panjang. Artikel ini memberikan rekomendasi untuk memperkuat program pendampingan serupa di masa mendatang, termasuk pentingnya penguatan jaringan distribusi internasional, peningkatan akses pendanaan, dan inovasi berkelanjutan dalam produk dan pengemasan.

Kata Kunci: pendampingan UMKM; produk olahan tempe; ekspor; inovasi produk.

Abstract: Coaching for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is a strategic step in increasing the competitiveness of local products in the international market. This article discusses the coaching provided to MSMEs producing processed tempeh products in order to prepare products for the export market. Through a brainstorming-based approach and collaboration with various stakeholders, this coaching program focuses on improving product innovation, quality development, modern packaging, and digital marketing strategies that comply with international export standards. The results of the coaching show that MSMEs have succeeded in improving product quality and expanding their global market networks through training and ongoing support. Collaboration with the government, educational institutions, and the private sector has also proven effective in providing technical and financial support. However, there are still challenges in technology adoption and program sustainability that require long-term mentoring. This article provides recommendations for strengthening similar coaching programs in the future, including the importance of strengthening international distribution networks, increasing access to funding, and continuous innovation in products and packaging.

Keywords: coaching for MSMEs; processed tempeh products; exports; product innovation.



Article History:

Received : 09-09-2024
Revised : 17-09-2024
Accepted : 06-01-2025
Online : 08-01-2025



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60,34% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2021). Industri makanan di Indonesia telah mencatat pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, sektor industri makanan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2020, kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai sekitar 8,5 persen. Selain itu, industri makanan juga merupakan salah satu penyumbang besar lapangan kerja di Indonesia, menciptakan jutaan pekerjaan di berbagai lapisan masyarakat (BPS, 2020b).

Meski demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing di pasar internasional, terutama terkait dengan inovasi produk, kualitas, dan akses pasar ekspor. Beberapa kelemahan utama yang dihadapi UMKM makanan antara lain adalah: terbatasnya akses ke sumber daya finansial (BPS, 2020a), peraturan dan birokrasi Kementerian Koperasi dan UKM (Kirana & Mawar, 2024), persaingan yang ketat (Pratiwi, 2013), manajemen yang kurang matang (Putri, 2021; Rimiati & Munawaroh, 2016), dan kualitas dan keamanan produk (Harbit, 2022). Hal ini membuat pentingnya program pendampingan untuk membantu UMKM mengembangkan produk yang kompetitif di pasar global.

Salah satu produk UMKM yang memiliki potensi besar untuk pasar ekspor adalah tempe, yang merupakan makanan tradisional Indonesia dengan nilai gizi tinggi dan popularitas yang terus meningkat di berbagai negara (Saputra et al., 2024). Pengembangan produk olahan tempe yang siap ekspor membutuhkan inovasi yang melibatkan peningkatan kualitas produk, pengemasan yang menarik dan tahan lama, serta strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai pasar internasional (Susanto et al., 2023; Yuliana et al., 2021).

Pendampingan kepada UMKM dalam proses pengembangan produk ini telah dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui teknik *brainstorming*. Teknik *brainstorming* dinilai efektif dalam memfasilitasi kolaborasi antara pelaku UMKM, konsultan bisnis, dan tenaga ahli untuk menciptakan ide-ide inovatif yang mampu meningkatkan daya saing produk di pasar ekspor (Sedyastuti, 2018; Usman & Setyorini, 2020). Selama proses pendampingan, UMKM diajak untuk mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan produk baru berbasis tempe, serta menyusun strategi pemasaran dan penjualan yang dapat memperluas jangkauan produk mereka ke pasar internasional (Brown & Wyatt, 2010).

Tujuan utama dari pendampingan ini adalah meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghasilkan produk olahan tempe yang siap ekspor dengan kualitas yang sesuai dengan standar internasional, desain pengemasan yang menarik dan fungsional, serta strategi pemasaran yang tepat sasaran. Melalui pendampingan ini, diharapkan UMKM dapat lebih berdaya saing dan mampu memperluas akses pasar mereka di tingkat global.

B. METODE PELAKSANAAN

Pendampingan kepada UMKM dilakukan melalui serangkaian kegiatan yang melibatkan analisis kebutuhan, pengembangan produk, serta pelatihan dalam pemasaran dan ekspor. Penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa tahap yang terstruktur dengan melibatkan pelaku UMKM, konsultan bisnis, ahli teknologi pangan, serta mitra dari institusi pendidikan dan pemerintah daerah.

1) Tahap Identifikasi Kebutuhan

Pendekatan awal dalam pendampingan ini dimulai dengan melakukan identifikasi kebutuhan UMKM. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk mengumpulkan data mengenai kondisi awal UMKM, tantangan yang dihadapi dalam pengembangan produk, dan peluang pasar ekspor yang tersedia. Teknik wawancara ini melibatkan pelaku UMKM dari sektor makanan olahan, khususnya produk tempe, serta pihak-pihak terkait dalam ekosistem bisnis UMKM (Creswell & Creswell, 2017).

2) Brainstorming dan Pengembangan Produk

Setelah mengidentifikasi kebutuhan UMKM, teknik brainstorming diterapkan sebagai metode kolaboratif untuk menggali ide-ide kreatif dalam pengembangan produk tempe yang siap ekspor. Teknik ini melibatkan diskusi kelompok antara pelaku UMKM, konsultan bisnis, dan ahli teknologi pangan untuk mengembangkan inovasi produk, peningkatan kualitas, dan pengemasan yang sesuai dengan standar pasar internasional (Osborn, 1957). Diskusi ini dilaksanakan secara berkala untuk memastikan adanya perbaikan terus-menerus dan inovasi berkelanjutan.

3) Pelatihan Peningkatan Kualitas dan Pengemasan

Tahap selanjutnya adalah pelatihan mengenai peningkatan kualitas produk dan pengemasan. Pelatihan ini melibatkan instruksi dari ahli teknologi pangan dan konsultan pengemasan mengenai standar kualitas produk olahan tempe yang memenuhi syarat ekspor. Pengemasan produk dilakukan dengan memperhatikan keamanan, keawetan produk, serta desain yang menarik bagi konsumen internasional (Aaker, 2012). Pelatihan ini difokuskan pada penggunaan

teknologi vakum dan kemasan aluminium foil yang dapat mempertahankan kualitas tempe dalam jangka waktu yang lebih lama.

4) Penyusunan Strategi Pemasaran dan Penjualan Ekspor

Pada tahap akhir, UMKM diberikan pelatihan mengenai penyusunan strategi pemasaran dan penjualan produk ke pasar ekspor. Pendampingan dilakukan dengan menekankan pentingnya riset pasar, pengembangan branding, serta penggunaan platform digital untuk menjangkau pasar internasional (Kotler et al., 2016). Selain itu, pelatihan ini juga melibatkan simulasi proses ekspor, termasuk pemenuhan persyaratan administratif dan logistik.

5) Monitoring dan Evaluasi

Pendampingan tidak berhenti pada pelatihan dan pengembangan produk saja. Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan serta keberhasilan UMKM dalam memasuki pasar ekspor. Evaluasi ini dilakukan melalui pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, termasuk pengukuran peningkatan penjualan dan jumlah produk yang berhasil diekspor selama periode penelitian (Patton, 2014).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil

Pengukuran hasil dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui survei, wawancara, serta pengumpulan data penjualan sebelum dan sesudah program pendampingan. Survei kepuasan menunjukkan bahwa UMKM merasa pendampingan telah memberikan dampak positif terhadap bisnis mereka, terutama dalam hal pengembangan produk dan pemasaran.

Hasil pendampingan meliputi hal-hal berikut.

a. Peningkatan inovasi produk

Hasil dari pendampingan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam inovasi produk olahan tempe oleh UMKM. Melalui penerapan teknik brainstorming, pelaku UMKM berhasil mengembangkan variasi produk tempe siap ekspor yang lebih inovatif, seperti tempe sterilized ready to eat dan tempe flakes sebagai olahan alternatif untuk sarapan. Ini dinilai meningkatkan daya saing produk di pasar internasional. Sebuah survei yang dilakukan terhadap pelaku UMKM setelah program pendampingan menunjukkan bahwa 85% peserta berhasil mengembangkan produk baru yang sebelumnya tidak ada dalam portofolio mereka (Osborn, 1957; Susanto et al., 2023).

b. Peningkatan kualitas dan keamanan produk

Pengukuran hasil terkait peningkatan kualitas dan keamanan produk juga menunjukkan hasil yang positif. Melalui penggunaan teknologi vakum dan kemasan aluminium foil peningkatan dalam umur simpan produk mereka hingga 12 bulan, sesuai dengan standar pasar ekspor. Hasil penelitian lain juga menunjukkan pengujian laboratorium independen terhadap produk UMKM yang telah mengalami perbaikan kualitas menunjukkan bahwa 90% produk memenuhi standar kualitas internasional terkait kandungan gizi dan keamanan pangan (Abidin et al., 2022; Egayanti, 2018).

c. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran ekspor

Pelatihan mengenai strategi pemasaran dan ekspor yang diberikan kepada UMKM juga menunjukkan hasil yang menggembirakan. Pengusaha mulai menjajaki pameran dan komunitas ekspor impor untuk menjaring buyer dan investor untuk produknya. Riset terkait ini menunjukkan hasil evaluasi pasca-pendampingan mengungkapkan bahwa 80% UMKM mengalami peningkatan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk pemasaran internasional (Kotler et al., 2016). Selain itu, lebih dari 60% UMKM yang terlibat dalam pendampingan berhasil menjalin hubungan dengan distributor atau pembeli internasional, baik secara langsung maupun melalui platform digital (Brown & Wyatt, 2010).

d. Kolaborasi dan Kerjasama

Program pendampingan juga berhasil menciptakan peluang kerjasama yang lebih luas antara UMKM dan pihak eksternal seperti investor, pemerintah, dan institusi pendidikan. Berdasarkan hasil evaluasi, 35% UMKM berhasil menjalin kerjasama dengan mitra baru untuk memperluas produksi dan distribusi. Salah satu UMKM bahkan mendapatkan kontrak jangka panjang dengan distributor makanan sehat di Eropa, yang diproyeksikan akan meningkatkan pendapatan mereka sebesar 50% dalam dua tahun ke depan (Patton, 2014).

2) Pembahasan

Hasil dari pendampingan UMKM menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan dalam program ini efektif dalam meningkatkan daya saing produk tempe olahan di pasar internasional. Peningkatan inovasi produk, kualitas, serta kemampuan pemasaran dan ekspor oleh UMKM menjadi bukti nyata dampak positif dari pendekatan yang dilakukan.

a. Inovasi Produk melalui Brainstorming

Salah satu kunci sukses dalam pendampingan ini adalah penerapan teknik brainstorming yang melibatkan kolaborasi antara pelaku UMKM dan para ahli. Teknik ini terbukti efektif dalam mendorong lahirnya ide-ide baru untuk pengembangan produk olahan tempe yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar ekspor (Osborn, 1957). Inovasi seperti tempe instan dan tempe bumbu kering merupakan bentuk adaptasi yang sesuai dengan tren konsumen global yang mencari produk makanan yang mudah diolah namun tetap bergizi. Hal ini sejalan dengan pandangan Brown & Wyatt (2010), yang menekankan bahwa kolaborasi dalam inovasi sosial dapat menghasilkan solusi yang lebih kreatif dan relevan untuk kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Selain itu, penggunaan brainstorming memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih kreatif dalam merespons tantangan pasar internasional. Mereka tidak hanya memperbaiki produk dari segi rasa dan bentuk, tetapi juga mulai memikirkan aspek keberlanjutan dalam pengemasan dan distribusi. Seperti yang diungkapkan oleh Al Aidhi et al. (2023); Prasetiasari et al. (2023), inovasi produk merupakan langkah krusial bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing global.

b. Peningkatan Kualitas dan Keamanan Produk

Melalui pelatihan dan pendampingan teknis, kualitas dan keamanan produk olahan tempe juga mengalami peningkatan yang signifikan. Penggunaan teknologi pengemasan vakum dan aluminium foil membantu memperpanjang umur simpan produk, yang merupakan salah satu syarat utama bagi produk makanan untuk dapat diterima di pasar internasional (Kesuma, 2015). Pelatihan tentang kualitas produk juga sangat membantu UMKM untuk memenuhi standar internasional, terutama yang berkaitan dengan keamanan pangan dan komposisi gizi.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang berfokus pada teknologi dan pelatihan berbasis praktik dapat secara langsung mempengaruhi performa produk UMKM di pasar global. Pendekatan ini konsisten dengan temuan (Patton, 2014), yang menyatakan bahwa penguatan kapasitas teknis melalui pelatihan adalah salah satu cara paling efektif untuk meningkatkan kualitas produk UMKM.

c. Pengembangan Pemasaran Digital dan Ekspor

Dalam hal pemasaran, pelatihan yang diberikan pada UMKM terkait strategi pemasaran digital dan ekspor sangat berperan dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Seperti yang

diungkapkan oleh Kotler et al. (2016), pemasaran digital memungkinkan bisnis kecil untuk menjangkau pasar global dengan biaya yang relatif rendah. Program ini berhasil memperkenalkan UMKM pada teknik pemasaran berbasis e-commerce dan media sosial, yang sangat penting dalam era globalisasi saat ini.

Pengalaman UMKM yang berhasil memasarkan produk mereka ke negara-negara baru menunjukkan bahwa dengan dukungan yang tepat, pelaku usaha kecil dapat bersaing di pasar internasional. Program ini tidak hanya membantu mereka memahami mekanisme ekspor, tetapi juga memperkenalkan mereka pada jaringan distributor dan mitra dagang baru. Budiarto et al. (2018) mencatat bahwa salah satu tantangan utama bagi UMKM dalam memasuki pasar ekspor adalah kurangnya akses ke jaringan bisnis internasional, yang dalam program pendampingan ini berhasil diatasi melalui pelatihan dan fasilitasi jaringan bisnis.

d. Kolaborasi dan Kerjasama yang Terbentuk

Pendampingan UMKM ini juga berhasil menciptakan kolaborasi baru antara UMKM dengan pemerintah, lembaga pendidikan, dan pihak swasta. Kolaborasi ini terbukti mempercepat proses ekspor dan meningkatkan akses UMKM terhadap sumber daya yang diperlukan. Menurut Brown & Wyatt (2010), kolaborasi lintas sektor adalah faktor kunci dalam mendukung inovasi sosial, terutama dalam konteks pengembangan ekonomi lokal.

Program ini berhasil memfasilitasi kerjasama yang lebih luas, baik dalam hal peningkatan kapasitas produksi maupun perluasan distribusi produk ke pasar internasional. Salah satu UMKM yang berhasil menjalin kontrak distribusi jangka panjang dengan mitra di Eropa menunjukkan bahwa kerjasama ini dapat membuka peluang baru yang signifikan bagi pertumbuhan bisnis mereka.

e. Tantangan dan Pembelajaran

Meskipun banyak hasil positif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam proses pendampingan ini. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh UMKM, baik dari segi finansial maupun kapasitas tenaga kerja. Banyak pelaku UMKM yang membutuhkan waktu lebih lama untuk mengadopsi teknologi baru dan mengikuti pelatihan karena keterbatasan tersebut (Arumsari et al., 2022).

Namun, tantangan-tantangan ini memberikan pembelajaran penting bahwa pendampingan yang berkelanjutan, dengan dukungan finansial dan teknis yang memadai, sangat diperlukan untuk memastikan keberhasilan jangka panjang. Evaluasi yang

dilakukan menunjukkan bahwa dampak positif dari pendampingan ini dapat bertahan jika dukungan dari berbagai pihak terus dilanjutkan.

3) Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari pendampingan UMKM untuk pengembangan produk olahan tempe ke pasar ekspor, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk program pendampingan serupa di masa mendatang:

- a. **Peningkatan durasi dan intensitas program pendampingan.** Agar dampak program pendampingan dapat lebih berkelanjutan, durasi program perlu diperpanjang dengan pendampingan intensif secara periodik. Pendampingan jangka panjang akan membantu UMKM mengatasi tantangan yang berkaitan dengan adopsi teknologi baru dan memastikan bahwa mereka memiliki waktu yang cukup untuk menerapkan pelajaran yang telah diberikan (Patton, 2014). Selain itu, pendekatan ini juga memungkinkan untuk pemantauan hasil yang lebih mendalam, sehingga penyesuaian dapat dilakukan sesuai kebutuhan.
- b. **Penguatan pelatihan digital dan teknologi inovatif.** Mengingat pentingnya pemasaran digital dan penggunaan teknologi dalam industri makanan, program pendampingan harus lebih berfokus pada peningkatan keterampilan digital dan teknologi bagi pelaku UMKM. Pelatihan dalam hal pemasaran digital, e-commerce, dan pengemasan yang sesuai standar internasional harus terus ditingkatkan agar UMKM dapat lebih kompetitif di pasar global (Budiarto et al., 2018; Kotler et al., 2016). Penggunaan teknologi modern dalam produksi dan pengemasan produk makanan akan memungkinkan UMKM memenuhi standar internasional yang lebih ketat.
- c. **Pembentukan ekosistem kolaborasi.** Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, sektor swasta, dan pelaku UMKM harus terus diperkuat. Pembentukan ekosistem kolaboratif ini penting untuk memberikan dukungan yang berkelanjutan bagi UMKM dalam hal pendanaan, pelatihan, serta akses ke jaringan pasar internasional (Brown & Wyatt, 2010). Melalui kolaborasi lintas sektor, UMKM dapat memperoleh akses yang lebih baik ke pasar global, sekaligus mendapatkan pendampingan yang relevan sesuai dengan tantangan yang dihadapi.
- d. **Akses ke pendanaan dan fasilitas modal kerja.** Akses pendanaan tetap menjadi salah satu tantangan utama bagi UMKM yang ingin berkembang dan bersaing di pasar internasional. Program pendampingan serupa harus menyertakan komponen

pembiayaan atau akses ke sumber dana yang dapat digunakan UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi, teknologi, serta modal kerja mereka (Lusianti et al., 2023). Kolaborasi dengan lembaga keuangan dan investasi dapat menyediakan opsi pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan dan skala bisnis UMKM.

- e. **Penguatan jaringan distribusi internasional.** Salah satu tantangan dalam ekspor produk adalah akses ke jaringan distribusi internasional. Program pendampingan serupa perlu memfasilitasi UMKM untuk membangun hubungan yang kuat dengan distributor internasional dan mitra ekspor di luar negeri. Hal ini dapat dilakukan melalui partisipasi aktif dalam pameran internasional, forum perdagangan, dan kegiatan diplomasi bisnis (Sedyastuti, 2018).
- f. **Inovasi berkelanjutan dalam produk dan pengemasan.** Pengembangan inovasi produk tidak boleh berhenti setelah program pendampingan selesai. Oleh karena itu, perlu ada insentif dan dukungan untuk inovasi berkelanjutan dalam bentuk pelatihan, inkubasi bisnis, dan penelitian pasar yang berkelanjutan. Inovasi ini perlu terus diintegrasikan dengan tren dan kebutuhan pasar internasional (Abidin et al., 2022).

Dengan mengikuti rekomendasi-rekomendasi ini, program pendampingan UMKM di masa depan dapat memberikan dampak yang lebih signifikan dan berkelanjutan, sekaligus meningkatkan daya saing UMKM Indonesia di pasar global.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan UMKM dalam pengembangan produk olahan tempe untuk pasar ekspor telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan daya saing UMKM di pasar internasional melalui inovasi produk, peningkatan kualitas, dan penguatan strategi pemasaran ekspor. Pendekatan berbasis kolaborasi, yang melibatkan teknik brainstorming untuk mendorong inovasi produk, terbukti sangat efektif dalam menghasilkan produk baru yang lebih sesuai dengan selera pasar global. Pelatihan teknis mengenai kualitas produk dan penggunaan teknologi pengemasan yang lebih modern, seperti vakum dan aluminium foil, berkontribusi pada peningkatan kualitas produk tempe olahan. Hal ini sejalan dengan standar internasional yang diperlukan untuk ekspor, sehingga produk UMKM menjadi lebih kompetitif di pasar global. Selain itu, penggunaan strategi pemasaran digital telah membuka akses UMKM ke pasar internasional dengan biaya yang lebih rendah, memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan beragam.

Selain peningkatan inovasi dan kualitas, program pendampingan ini juga berhasil mendorong terbentuknya kolaborasi antara UMKM dan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan investor. Kolaborasi ini memberikan akses yang lebih luas kepada UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka di skala yang lebih besar, dengan dukungan keuangan dan teknis yang lebih kuat. Namun, pendampingan ini juga menunjukkan bahwa keberlanjutan dampak positif sangat bergantung pada dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak. Tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan kesulitan adopsi teknologi baru perlu diatasi melalui program pendampingan yang lebih panjang dan terintegrasi. Secara keseluruhan, program pendampingan ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung UMKM menuju pasar ekspor, dengan hasil yang dapat menjadi model bagi program pendampingan serupa di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini hingga dapat tersusun dalam bentuk laporan dan artikel hasil pelaksanaan kegiatan pendampingan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, D. A. (2012). *Building strong brands*. Simon and Schuster.
- Abidin, Z., Harini, T. S., Jati, H., Jutomo, L., Puspitaningtyas, G. D. D., Wannoo, S. W., Tamelab, M. A., Sanan, J. T., & Beti, M. J. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa sebagai Sentra Produk Pangan Berbasis Jagung dan Mete. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 189–202.
- Al Aidhi, A., Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92–101.
- Benny Kesuma, D. (2015). *Analisis Jenis Material Kemasan Keripik Gadung Produksi Kelompok Usaha Tani Rekso Bawono Prambanan-Sleman*. Uajy.
- BPS. (2020a). *Kajian Data UMKM 2020: Peluang dan Tantangan*. <https://www.bps.go.id/>
- BPS. (2020b). *Kontribusi Industri Pengolahan Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Triwulan IV 2020*. <https://www.bps.go.id/>
- Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Design thinking for social innovation. *Development Outreach*, 12(1), 29–43.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications.
- Egayanti, Y. (2018). *Peningkatan Penjaminan Keamanan dan Mutu Pangan untuk*

- Pencegahan Stunting dan Peningkatan Mutu SDM Bangsa dalam Rangka Mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.*
- Harbit, A. A. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal Produk UMKM di Kota Balikpapan.* Politeknik Negeri Jakarta.
- Kirana, S. C., & Mawar, M. (2024). Strategi Penerapan Reformasi Birokrasi Pada Sekretariat Jenderal Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. *Birokrasi: Jurnal Ilmu Hukum dan Tata Negara*, 2(3), 284–305.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook.* Pearson Higher Ed.
- Lusianti, D., Fahira, K. T., Naimi, D. I. A., & Norikun, B. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis.* Penerbit NEM.
- Osborn, A. F. (1957). *Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Thinking, by Alex. F. Osborn.*
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice.* Sage publications.
- Prasetyasari, C., Suwalla, N., Lubis, I. H., Andriani, A. R., Delviane, A., Sitohang, C. P., Andriani, T. P., Markis, M., Istighfari, I., & Gaol, F. L. (2023). Pentingnya Kesadaran Hukum Masyarakat untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital pada Kelurahan Sembulang Kecamatan Rempang Pulau Galang Kota Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 19–25.
- Pratiwi, R. A. (2013). *Strategi pengembangan usaha kecil menengah produsen pangan olahan tepung nusantara studi kasus: cv. arum ayu, Tangerang Selatan.* Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Putri, M. E. (2021). *Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Makanan di Kota Bogor.* Universitas Djuanda Bogor.
- Rimiyati, H., & Munawaroh, M. (2016). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 130–157.
- Saputra, I. W. A. R., Susanti, L. E., & Arianti, A. A. A. S. (2024). Pemanfaatan Tempe Sebagai Komoditi Lokal Untuk Pasar Global. *Sewagati*, 3(2), 73–78.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Susanto, D. A., Suef, M., & Karningsih, P. D. (2023). *Level of Implementation of GMP and SSOP in SMEs Wet Noodle Production Process with Gap Analysis Tools.*
- Usman, M. N., & Setyorini, H. (2020). Pendampingan Penyusunan Strategi untuk Peningkatan Daya Saing UKM dalam Memasuki Era Digital pada CV. Indosarana Global Surabaya. *Darmabakti: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 19–22.
- Yuliana, N., Sumardi, S., Wirawati, C. U., & Indrawan, I. (2021). *Characteristics of Cream Cheese Made From Lampung Farmer's Milk as Impact of Stabilizers Application on Different Curd Recovery.*

DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar 1. Proses brainstorming.



Gambar 2. Proses kolaborasi untuk pasar ekspor.



Gambar 3. Produk olahan tempeh flakes.



Gambar 4. Monitoring progress marketing.