

# Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Diversifikasi Produk dan Pemasaran Digital

Istia Nur Amalia <sup>1)</sup>; Ahmad Soleh <sup>2)</sup>

<sup>1,2,3,4,5)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1</sup> [istianuramalia15@gmail.com](mailto:istianuramalia15@gmail.com) ; <sup>2</sup> [ahmadsoleh@unived.ac.id](mailto:ahmadsoleh@unived.ac.id)

## ARTICLE HISTORY

Received [16 September 2025]

Revised [07 Januari 2026]

Accepted [12 Januari 2026]

## KEYWORDS

MSMEs, Product  
Diversification, Digital  
Marketing.

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



## ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang menjalankan peran penting dalam peningkatan pendapatan masyarakat serta kestabilan ekonomi. Dalam menjalankan suatu usaha diperlukan strategi yang tepat untuk bertahan dan berkembang. Dengan melakukan inovasi produk serta pemasaran yang tepat tentunya akan memperkuat posisi dalam menghadapi persaingan pasar. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melakukan penguatan usaha melalui diversifikasi produk dan pemasaran digital pada UMKM Rengginang Mbak Haryati di Desa Bukit Makmur. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung. Pada kegiatan ini disampaikan tentang pengetahuan dasar mengenai pentingnya pengembangan suatu produk dan edukasi mengenai pemasaran berbasis digital. Hasil pengabdian ini menunjukkan pemilik usaha mengalami peningkatan pemahaman serta termotivasi untuk mengembangkan produknya dan memiliki akun facebook sebagai media pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas untuk meningkatkan penjualan produk rengginang.

## ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are business activities that play an important role in increasing community income and economic stability. In running a business, the right strategy is needed to survive and grow. By innovating products and proper marketing, it will certainly strengthen the position in facing market competition. The community service activity aims to strengthen the business through product diversification and digital marketing at Mbak Haryati's Rengginang MSME in Bukit Makmur Village. The method used in this study is a qualitative descriptive method. Data collection was carried out through interviews and direct observation. In this activity basic knowledge was conveyed about the importance of developing a product and education about digital based marketing. The results of this service show that business owners have increased understanding and are motivated to develop their product and have a facebook account as a marketing medium with a wider reach to increase sales of rengginang product.

## PENDAHULUAN

Desa Bukit Makmur merupakan suatu desa di Kecamatan Pinang Raya. Pembentukan kecamatan ini merupakan hasil pemekaran dari wilayah Kecamatan Ketahun pada tahun 2015. Dengan tujuan untuk mempermudah akses dalam pelayanan, efektivitas dan efisiennya waktu dalam menangani kebutuhan masyarakat dan mengelola pembangunan. Sebagian besar hasil perekonomian di Desa Bukit Makmur befokus pada sektor pertanian. Selain itu juga memiliki berbagai macam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM adalah kegiatan usaha yang menjalankan peran penting dalam peningkatan pendapatan masyarakat, menumbuhkan dan mewujudkan kestabilan ekonomi lokal dan regional (Carter & Jones-Evans, 2020). Persaingan usaha yang tinggi menjadikan perkembangan usaha bisnis semakin pesat. Pelaku usaha harus mempertahankan usahanya dengan mengembangkan produk agar memperkuat posisi dalam menghadapi persaingan dan tercapai tujuan usahanya (Pamungkas, Nidyasari, Guruh, & Zuraida, 2022). Mengembangkan usaha dengan menciptakan produk baru yang berbeda akan mempunyai nilai tambah dan menjadi keunggulan (Idayu, Husnib, & Suhandic, 2021). UMKM memerlukan strategi yang tepat untuk bertahan dan berkembang, salah satunya adalah melakukan inovasi dengan strategi diversifikasi produk (Johson & Schlos, 2018). Diversifikasi produk merupakan strategi untuk menambahkan produk baru dan memperluas lini produk tetapi tetap mempertahankan produk lama. Strategi ini tentunya akan meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan memperluas pangsa pasar.

Di Indonesia industri makanan ringan mempunyai potensi yang sangat besar karena memiliki peluang yang menarik untuk pengembangan dan pertumbuhan pasar lebih lanjut, salah satunya adalah produk rengginang (Hananto, Sudraman, & Wijayanti, 2024). Rengginang adalah makanan ringan tradisional khas Indonesia yang terbuat dari bahan beras ketan putih atau hitam, umumnya berbentuk lingkaran dengan ukuran tertentu, memiliki rasa manis atau gurih dengan tekstur yang renyah. Terdapat

usaha pembuatan rengginang di Desa Bukit Makmur yang telah lama menjadi perekonomian lokal. UMKM rengginang tersebut perlu melakukan inovasi agar dapat meningkatkan daya saingnya.

Industri tidak dapat dipisahkan dengan adanya teknologi yang mempermudah jalannya produksi. Perekonomian menjadi akar terciptanya industri di dalamnya dan perubahan di setiap keberadaan suatu industri baik besar maupun kecil sangat berdampak pada individu, baik yang bekerja maupun yang tinggal di sekitar industri tersebut (Suriyati, Putri, & Irmayanti, 2023). Pendistribusian yang semakin modern dengan adanya teknologi yang semakin maju dapat lebih mudah dalam memasarkan produk tersebut seperti memanfaatkan media sosial sebagai tempat pendistribusian produk secara online (Barnawi, et al., 2019). Dalam pemasaran produk rengginang di Desa Bukit Makmur sendiri masih terbilang kurang maksimal, karena pemasaran yang dilakukan masih menggunakan sistem tradisional dengan cara bertemu langsung dan menitipkan produk di pasar tradisional untuk dijual. Strategi pemasaran yang sesuai bagi pemilik usaha rengginang sangat penting dilakukan untuk bertahan dalam menghadapi semua perubahan potensial. Strategi pemasaran digital merupakan strategi yang dilakukan pemilik bisnis untuk memaksimalkan potensi aktivitas yang sedang dilaksanakan (Sudirman, et al., 2020).

## METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan di Usaha Rengginang Ketan Mbak Haryati (Etik) yang beralamat di Jl. Ogan, Desa Bukit Makmur, Kec. Pinang Raya, Kab. Bengkulu Utara. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik Usaha Rengginang di Desa Bukit Makmur. Waktu dilakukan satu hari pada tanggal 8 April 2025. Kegiatan ini diajukan pada beberapa tahap yaitu:

### Identifikasi Masalah

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pemilik Usaha Rengginang. Dalam tahap ini dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu pengumpulan data dengan wawancara dan observasi langsung dengan pemilik.

### Analisis Kebutuhan

Tahap selanjutnya adalah menganalisis kebutuhan. Pada tahap ini tentunya akan didapatkan media pendukung yang dibutuhkan pemilik usaha, serta dapat digunakan untuk mengelola usahanya. Dengan begitu, pemilik usaha akan memahami dimana letak kebutuhannya dan dapat meningkatkan keberhasilan pada usahanya.

### Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan konsep penguatan usaha mikro kecil menengah melalui diversifikasi produk dan pemasaran digital. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi kepada pemilik usaha dan pendampingan pembuatan akun media pemasaran berbasis digital.

### Evaluasi

Selama proses dan setelah kegiatan dilakukan, penilai dilakukan untuk menilai efektivitasnya dalam memahami informasi yang telah disampaikan. Selain itu, kegiatan ini mengevaluasi hasil kegiatan pengabdian dan ditujukan untuk perbaikan kedepannya. Sebagai penyelenggara kegiatan pengabdian kepada masyarakat, ini merupakan salah satu kegiatan yang memberikan manfaat baik pemilik usaha maupun tim pengabdian kepada masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Aktivitas

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Usaha Rengginang Ketan Mbak Haryati (Etik) tentunya dapat memberikan ilmu kepada pemilik usaha. Adapun sesi pelaksanaan meliputi:

1. Pada sesi pertama, tim pelaksana pengabdian melakukan sosialisasi pemahaman tentang diversifikasi produk sebagai strategi untuk memperkuat dan mempertahankan usaha. Diversifikasi produk menjadi strategi penting yang digunakan untuk mempertahankan suatu usaha, terutama dalam pangsa pasar yang tidak menentu. Pemilik usaha dapat memperbanyak macam produk baru yang berbeda dari yang sebelumnya. Setelah menjelaskan materi tentang strategi diversifikasi produk, pemilik usaha cukup tertarik untuk melakukan pengembangan produk dengan cara menciptakan varian rasa terbaru pada produk rengginang yaitu rasa terasi dan kemasaran yang menarik.

2. Pada sesi kedua, tim pelaksana melanjutkan sosialisasi tentang pemasaran digital sebagai strategi yang digunakan untuk memperluas jangkauan pasar agar dapat meningkatkan penjualan produk rengginang. Pemasaran adalah suatu kegiatan yang membantu menentukan nilai ekonomi suatu produk (Artameilina, Islam, & Syuhri, 2024). Dengan upaya pemasaran ini tentunya pemilik usaha bisa lebih fleksibel dalam merespon kebutuhan konsumen serta dapat meningkatkan interaksinya dengan konsumen.
3. Pada sesi ketiga, dilanjutkan dengan sesi pembuatan akun media sosial seperti *Facebook* dan *WhatsApp* kepada pemilik usaha dengan didampingi tim pelaksana serta menjelaskan fitur-fitur yang dapat digunakan nantinya. Dengan nama akun facebook *@Usaha Rengginang Ketan Haryati* yang bertujuan untuk memaksimalkan pemasaran produk Rengginang Mbak Haryati di Desa Bukit Makmur dengan lebih baik dan mudah di jangkau oleh semua kalangan masyarakat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Kegiatan ini tentunya memberikan semangat pemilik usaha untuk menjalankan usaha secara mandiri dan maju. Pemanfaatan digital yang digunakan dalam pendampingan pemasaran ini tentunya dapat meningkatkan keinginan untuk maju, siap mental positif, pola pikir kritis yang pada akhirnya mampu mengembangkan diri dan lingkungan.

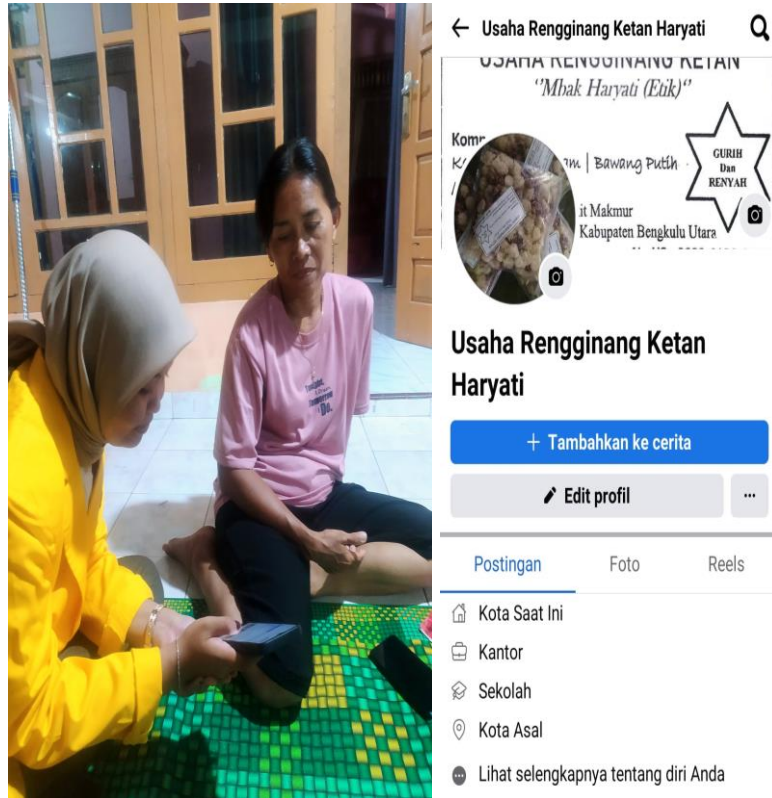
### Penyelesaian Masalah

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, Usaha Rengginang Ketan Mbak Haryati (Etik) di Desa Bukit Makmur memahami dan termotivasi untuk mengembangkan produk dengan cara menganekaragamkan produk yang dihasilkan terutama pada varian rasa rengginang. Hal tersebut ditunjukkan dengan antusias pemilik usaha yang sangat tinggi dalam mengikuti kegiatan sosialisasi. Pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital melalui pendampingan pembuatan akun facebook juga dapat dikelola pemilik usaha sebagai media pemasaran dalam mempromosikan dan menjual produk rengginang ke pasar yang lebih luas. Usaha Rengginang Ketan Mbak Haryati dapat menggunakan ilmu yang telah diperoleh untuk lebih mengoptimalkan dan mengimplementasikannya. Diharapkan pengetahuan pemilik usaha tentang diversifikasi produk dan pemasaran digital akan meningkat, serta bisa digunakan untuk mengembangkan usaha rengginang tersebut.

Berikut adalah lampiran hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Usaha Rengginang Ketan Mbak Haryati (Etik) di Desa Bukit Makmur:



Gambar 1. Sosialisasi Penguatan Umkm Melalui Diversifikasi Produk Dan Pemasaran Digital



**Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Akun Media Sosial Facebook Pada Pemilik Usaha Rengginang**



**Gambar 3. Produk Rengginang**



Gambar 4. Sampel Varian Rasa Baru Rengginang Terasi

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa penguatan melalui diversifikasi produk dan pemasaran digital yang dilakukan di Usaha Rengginang Ketan Mbak Haryati (Etik). Kegiatan ini berjalan dengan baik dan lancar. Dengan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan pemahaman kepada pemilik usaha tentang strategi diversifikasi produk dan pentingnya pemasaran digital melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan produk.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Yayasan Dehasen Bengkulu, LPPM Universitas Dehasen Bengkulu, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu, Ketua Program Studi Manajemen, dan Pemilik Usaha Rengginang Ketan di Desa Bukit Makmur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Carter, S., & Jones-Evans, D. (2020). *Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy*. Pearson Education. .
- Hananto, D., Sudraman, D., & Wijayanti, H. (2024). Diversifikasi Sebagai Strategi Bagi Pelaku UMKM Dalam Mempertahankan Usaha Pada UMKM PPMT TANGSEL. *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMJ*, 1-5.
- Idayu, R., Husnib, M., & Suhandic. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 73-85.
- Pamungkas, B. F., Nidyasari, Y., Guruh, M., & Zuraida4, I. (2022). Diversifikasi Produk Olahan Udang Dan Hasil Sampingnya Dalam Rangka Pemberdayaan Wanita Nelayan Di Balikpapan Kalimantan Timur. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 803-815.
- Suriyati, Putri, F. T., & Irmayanti. (2023). Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada Home Industry Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan. *Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 56-61.
- Barnawi, Wulandari, P., Antika, R., Zulfah, S. N., Lestari, S., Jamaludin, Yasin. (2019). Eksistensi Home Industri Kerajinan Anyaman Bambu di Heuleut Leuwimunding Majalengka di Era Revolusi Industri 4.0. *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 34-42.
- Johson, G., & Schlos, K. (2018). *Exploring Strategy Text & Cases*.
- Artameilina, E., Islam, M. H., & Syuhri, S. (2024). Upaya Meningkatkan Pemasaran Produk Rengginang. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 482-488.

Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, Nugroho, L., Arifudin, O., Rijal, K. (2020). *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya di Era Digital*. Widina Media Utama.