

Strategi Pengembangan Produk UMKM Kerupuk Sagu di Desa Jerambang Kecamatan Gaung

Rumiati¹, Resi Dwi Putri², M.Alfi Syahriansyah³, Teguh Wajar Azzikrie⁴, Muhammad Nur Amin⁵, Fikri Nuralamsyah⁶, Bambang Sasmita Adi Putra⁷

^{1,2}Universitas Islam Indragiri, Indonesia

rumiatirumiati718@gmail.com¹, resiidwii@gmail.com², alfisyahrian1708@gmail.com³,
teguh26363@gmail.com⁴, muhammadnuramin@gmail.com⁵, merrystore88@gmail.com⁶,
bambangsasmitaadiputra@gmail.com⁷

Abstract

The Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector plays a strategic role in supporting economic stability. MSMEs offer an alternative business model for improving the welfare of entrepreneurs, fostering technological development, absorbing labor with relatively low capital, and preserving a culture that is resistant to product modernization. This study aims to examine the product development strategy of MSMEs producing sago crackers in Jerambang Village, Gaung District, Indragiri Hilir Regency. The method used was descriptive qualitative, using surveys, observations, and interviews. The results indicate that the Bu Ulfa Sago Cracker MSME faces several challenges, including a lack of business permits, unattractive packaging, and conventional marketing. To address these challenges, several development strategies were implemented, including creating a logo and brand to create a clear product identity, developing stronger and more attractive packaging, registering a business permit through the OSS (Owner-Owned Enterprises) to obtain legality, and creating social media and marketplace accounts to expand marketing. These strategies have been proven to increase product competitiveness, expand market reach, and open up greater business opportunities. This study recommends continuous innovation and strengthening digital marketing to support business sustainability.

Keywords:

UMKM
Kerupuk Sagu
Strategi
Pengembangan, Keberlanjutan

Abstrak

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran strategis dalam menopang stabilitas perekonomian. UMKM menjadi alternatif usaha untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha, pengembangan teknologi, dapat menyerap tenaga kerja dengan modal yang relatif kecil serta bersifat melestarikan budaya yang tidak dapat tergerus modernisasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan produk UMKM kerupuk sagu di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung, Kabupaten Indragiri Hilir. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui survei, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Sagu Bu Ulfa menghadapi beberapa permasalahan, yaitu belum memiliki izin usaha, pengemasan yang kurang menarik, dan pemasaran yang masih konvensional. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan beberapa strategi pengembangan, yaitu pembuatan logo dan merek agar produk memiliki identitas yang jelas, pengembangan kemasan yang lebih kuat dan menarik, pendaftaran izin usaha melalui OSS untuk mendapatkan legalitas, serta pembuatan akun media sosial dan marketplace untuk memperluas pemasaran. Strategi ini terbukti meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, dan membuka peluang usaha yang lebih besar. Penelitian ini

merekomendasikan

Corresponding Author:

Rumiati
Universitas Islam Indragiri
rumiatirumiati718@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak potensi untuk meningkatkan perekonomian baik pusat ataupun daerah. Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran strategis dalam menopang stabilitas perekonomian. UMKM menjadi alternatif usaha untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha, pengembangan teknologi, dapat menyerap tenaga kerja dengan modal yang relatif kecil serta bersifat melestarikan budaya yang tidak dapat tergerus modernisasi produk. Menurut Wuisang (2019) UMKM merupakan pemain utama dalam pembangunan di Indonesia. UMKM mampu untuk menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi ketimpangan pendapatan.

Kerupuk sagu dikenal sebagai makanan ringan yang memiliki cita rasa khas dan berbahan baku utama sagu, yang merupakan komoditas unggulan daerah pesisir. Pengembangan usaha sagu dilakukan karena sagu memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya. Pohon sagu berpotensi dan menghasilkan produksi yang sangat tinggi. Upaya pengembangan usaha sagu dapat dilakukan dengan menciptakan industri kecil dan industri rumah tangga untuk peningkatan pendapatan keluarga. Industri kecil dan rumah tangga merupakan usaha yang banyak menjangkit tenaga kerja tanpa harus mempunyai jenjang pendidikan maupun keahlian khusus.

Salah satu UMKM yang ada di desa Jerambang ialah Kerupuk Sagu Bu Ulfa yang sudah memproduksi kerupuk sagu sejak tahun 2005 hingga sekarang namun belum terdaftar sebagai UMKM dan belum memiliki surat izin usaha dan potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM di Desa Jerambang. Kerupuk sagu sebagai produk olahan khas memiliki daya tarik tersendiri namun sering kali dihadapkan pada beberapa kendala seperti minimnya promosi, serta kurangnya pengemasan yang menarik dan profesional juga masih terdapat dalam produk UMKM ini. Oleh karena itu, strategi pengembangan produk sangat diperlukan agar UMKM kerupuk sagu di Desa Jerambang dapat berkembang pesat, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kualitas produk.

Aspek pemasaran juga menjadi tantangan tersendiri. Sebagian besar UMKM kerupuk sagu di Desa Jerambang masih memasarkan produk secara konvensional, misalnya melalui penjualan langsung ke pasar tradisional atau menitipkan barang di warung sekitar. Padahal, perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membuka peluang besar bagi promosi dan penjualan produk secara lebih luas. Pemanfaatan platform digital seperti Facebook, Instagram, atau marketplace online dapat membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, serta memperkenalkan produk kepada konsumen di luar daerah. Di sisi lain, modal sosial yang dimiliki masyarakat Desa Jerambang sebenarnya cukup kuat. Hubungan antar pelaku usaha, petani sagu, dan masyarakat setempat terjalin baik. Namun, potensi jejaring ini belum dimanfaatkan secara maksimal untuk membangun strategi pemasaran bersama atau meningkatkan daya saing produk. Dengan strategi pengembangan yang tepat, kolaborasi antar pihak dapat menjadi kekuatan besar dalam mengangkat kerupuk sagu sebagai ikon kuliner daerah.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian yang mengkaji secara mendalam strategi pengembangan produk UMKM kerupuk sagu di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, dan mengoptimalkan potensi yang dimiliki, sehingga UMKM kerupuk sagu dapat berkembang menjadi usaha yang berdaya saing tinggi dan berkelanjutan.

Strategi pengembangan yang diusulkan biasanya mencakup beberapa aspek penting, seperti pengemasan yang menarik dan memiliki daya jual tinggi, inovasi produk, digitalisasi pemasaran melalui media sosial, peningkatan kemitraan dengan pelaku usaha lain dan pemasok bahan baku, serta pemanfaatan dukungan pemerintah melalui pelatihan dan pameran. Semua ini bertujuan untuk menjawab tantangan dalam pengembangan UMKM sekaligus memanfaatkan peluang pasar yang ada sehingga UMKM kerupuk sagu bisa lebih kompetitif dan berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Desa Jerambang kecamatan Gaung kabupaten Indragiri Hilir pada bulan Juli hingga Agustus 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam strategi pengembangan UMKM kerupuk sagu. Metode pengumpulan

data dilakukan melalui survey, observasi dan wawancara. Penentuan lokasi kegiatan melalui metode studi kasus yakni pada usaha UMKM Kerupuk Sagu di Desa Jerambang dengan pertimbangan bahwa UMKM Kerupuk Sagu Bu Ulfa adalah satu-satunya usaha yang memanfaatkan bahan baku sagu dalam pembuatan kerupuk. Sagu merupakan salah satu penghasilan yang ada di Desa Jerambang setelah kelapa dan pinang. Namun saat ini belum banyak yang mengolah sagu menjadi cemilan berupa kerupuk. Adapun tahapan kegiatan dimulai dari mengidentifikasi permasalahan mitra melalui kegiatan survey dan wawancara pada lokasi usaha UMKM Kerupuk Sagu Bu Ulfa, Adapun permasalahan yang ditemukan adalah (1) belum memiliki surat izin usaha dan pengemasan produk yang kurang menarik (2) sistem pemasaran yang masih konvensional atau secara Offline.

Berdasarkan pada permasalahan tersebut maka solusi yang ditawarkan pada usaha UMKM Kerupuk Sagu Bu Ulfa adalah sebagai berikut: (1) Untuk permasalahan produk kerupuk sagu yang belum memiliki izin dan kemasan yang kurang menarik, maka kegiatan yang akan dilaksanakan adalah mendaftarkan izin usaha, membantu dalam desain merek dan pengemasan yang dapat menarik konsumen. (2) Untuk permasalahan pemasaran produk kerupuk sagu yang masih secara offline, maka kegiatan yang akan dilaksanakan yakni pendampingan dalam sistem digital marketing dengan memasarkan di platform digital seperti Facebook, Instagram, TikTok dan lainnya serta pembuatan konten seperti foto dan video yang menarik dan unik.

3. PEMBAHASAN

Gambaran Umum UMKM Kerupuk Sagu Bu Ulfa

UMKM Kerupuk Sagu Bu Ulfa merupakan usaha rumahan yang berdiri sejak tahun 2005 di Desa Jerambang, Kecamatan Gaung. Lokasi usaha kerupuk sagu ini berada jalan Parit Kemang di Produk yang dihasilkan berbahan dasar sagu, salah satu komoditas unggulan daerah pesisir Indragiri Hilir. Keupuk sagu Bu Ulfa sudah dikenal lama adanya dengan rasa yang enak. Proses produksi dilakukan secara tradisional menggunakan peralatan sederhana seperti dandang untuk mengukus, kompor gas, pisau untuk pengirisan dan untuk alat jemur ataupun pengeringan kerupuk yaitu menggunakan sinar matahari langsung. Untuk bumbu yang digunakan juga sangat alami dan menyehatkan. Adapun varian rasa dari kerupuk sagu ini ada dua yaitu kerupuk sagu original dan kerupuk sagu jengkol. Ciri khas dari kerupuk sagu Bu Ulfa ini yaitu pada rasa yang gurih dengan bumbu dapur alaminya seperti rasa-rasa kencur, bawangnya dan bumbu lainnya.

Usaha ini dijalankan secara mandiri yang resepnya didapat dari orang tua ibu Ulfa hingga saat ini. Usaha ini tidak menggunakan karyawan ataupun orang lain untuk terlibat didalamnya. kegiatan produksi dilakukan setiap hari. Proses produksi selalu dilakukan berdasarkan pesanan seperti acara Yasinan, Pernikahan, pesanan hari raya dan acara lainnya. Namun untuk pemasaran diwarung-warung itu selalu dilakukan setiap hari dengan memproduksi secukupnya.

Strategi Pengembangan Produk UMKM

Proses pengembangan produk UMKM Kerupuk Sagu Bu Ulfa di Desa Jerambang dapat dilihat dari beberapa aspek penting yang saling berkaitan, mulai dari potensi bahan baku, pengemasan, dan strategi pemasaran. Desa Jerambang memiliki ketersediaan bahan baku sagu yang melimpah, sehingga menjadi kekuatan utama dalam mendukung keberlanjutan usaha kerupuk sagu. Ketersediaan bahan baku lokal ini dapat menekan biaya produksi dan memastikan pasokan yang stabil, sehingga Bu Ulfa tidak bergantung pada pemasok luar daerah. Hal ini memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan produk serupa dari daerah lain. Namun saat ini produk kerupuk bu Ulfa masih kurang dikenal karena tidak adanya logo atau merek, kemasan yang kurang menarik dan pemasaran yang konvensional.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pengembangan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerupuk sagu milik Ibu Ulfa yang berlokasi di Desa Jerambang menunjukkan adanya perkembangan signifikan dalam peningkatan proses produksi. Program ini merupakan wujud implementasi dari peran dalam mendukung penguatan kapasitas pelaku UMKM agar mampu meningkatkan kualitas produk serta memperluas daya saing di pasar. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2025 dan diawali dengan kegiatan survei lapangan di lokasi rumah produksi Ibu Ulfa. Survei ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi awal proses produksi, mulai dari ketersediaan bahan baku, peralatan yang digunakan, hingga metode pengolahan yang selama ini diterapkan. Dari hasil survei, diperoleh informasi terkait kendala yang dihadapi pelaku usaha, antara lain keterbatasan peralatan, kurang optimalnya pengaturan waktu produksi, serta teknik pengolahan yang masih bersifat tradisional.

Pada hari berikutnya, tim pengabdian terlibat secara langsung dalam seluruh tahapan proses pembuatan kerupuk sagu. Keterlibatan tersebut meliputi persiapan bahan baku seperti tepung sagu dan bahan pendukung lainnya, pengolahan adonan, pembentukan lembaran kerupuk, hingga tahap pengukusan. Setelah melalui tahap pengolahan, proses dilanjutkan dengan pengeringan melalui metode penjemuran di bawah sinar

matahari, yang merupakan salah satu tahapan krusial untuk menghasilkan kerupuk dengan tingkat kerenyahan optimal. Seluruh rangkaian proses produksi memerlukan waktu relatif panjang, yakni sekitar satu hari satu malam. Hal ini disebabkan oleh adanya tahapan yang harus dilakukan secara bertahap agar kualitas rasa, aroma, dan tekstur produk tetap terjaga. Selama pendampingan berlangsung, tim pengabdian tidak hanya melakukan pengamatan, tetapi juga memberikan masukan konstruktif terkait upaya peningkatan efisiensi produksi, seperti pengaturan alur kerja yang lebih sistematis, pengoptimalan waktu pengeringan, serta pemanfaatan peralatan sederhana yang dapat menunjang proses produksi.



Gambar 1. Survei Lokasi UMKM



Gambar 2. Proses Produksi

Setelah seluruh proses pengolahan bahan dan pemotongan adonan kerupuk selesai dilakukan, tahap berikutnya adalah proses pengeringan. Proses ini dilakukan dengan cara menjemur potongan kerupuk sagu di bawah sinar matahari secara langsung. Penjemuran dilakukan agar potongan kerupuk benar-benar kering sebelum digoreng atau dikemas, karena tingkat kekeringan yang sempurna sangat berpengaruh terhadap kualitas kerupuk, baik dari segi kerenyahan maupun daya tahannya.



Gambar 3. Proses Penjemuran

Beberapa strategi pengembangan produk kerupuk sagu Bu Ulfa yang telah dilakukan diantaranya:

1. Pembuatan Logo dan Merek

Pembuatan logo dan merek untuk produk kerupuk sagu dilakukan agar produk ini memiliki identitas yang jelas dan berbeda dari produk lainnya. Sebelumnya, kerupuk sagu yang diproduksi oleh Ibu Ulfa belum memiliki logo dan merek resmi, sehingga sulit dikenal dan kurang memiliki ciri khas. Dengan adanya logo dan merek, produk kerupuk sagu akan lebih mudah dikenali, terlihat lebih menarik, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Proses ini dimulai dengan penentuan nama merek. Tim KKN bersama pemilik usaha melakukan diskusi dan menyepakati nama “Kerupuk Sagu Bu Ulfa”. Nama ini dipilih karena mudah diingat, sesuai dengan identitas pemilik, dan memberikan kesan keaslian serta keterikatan dengan pembuatnya.

Selain penentuan nama, tim KKN juga merancang logo yang dapat mencerminkan karakter produk. Logo yang dibuat menggambarkan bentuk kerupuk sagu sesuai produk aslinya. Desain ini dipilih agar konsumen mudah mengenali jenis produk hanya dengan melihat logonya. Pemilihan warna dan bentuk dibuat sederhana namun menarik, sehingga dapat digunakan pada kemasan, label, stiker, dan media promosi lainnya.



Gambar 4. Logo dan Merek

Dengan adanya nama merek dan logo ini, produk kerupuk sagu Bu Ulfa kini memiliki ciri khas yang kuat, mudah dikenali oleh konsumen, dan terlihat lebih profesional. Hal ini diharapkan dapat membantu meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pemasaran.

2. Pengembangan Kemasan Produk

Pengembangan kemasan produk merupakan salah satu upaya penting untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk, baik dari segi penampilan maupun keamanan. Kemasan yang baik tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan, tetapi juga dapat memberikan kesan yang lebih menarik bagi konsumen, sehingga meningkatkan minat beli. Sebelumnya, produk kerupuk sagu milik Ibu Ulfa masih menggunakan kemasan sederhana dan tipis. Jenis kemasan ini tidak mampu memberikan perlindungan yang optimal terhadap produk. Akibatnya, kerupuk mudah lembek, kehilangan kerenyahan, dan tidak tahan lama. Hal ini tentu memengaruhi kualitas produk ketika sampai ke tangan konsumen.

Melihat kondisi tersebut, tim melakukan pengembangan dengan memfasilitasi penggunaan kemasan yang lebih baik. Tim memberikan plastik kemasan yang lebih tebal, kuat, dan tidak mudah sobek, sehingga mampu menjaga tekstur kerupuk agar tetap renyah dan melindungi produk dari kerusakan selama penyimpanan maupun distribusi. Selain itu, kemasan yang lebih berkualitas ini juga membuat tampilan produk menjadi lebih rapi dan menarik, sehingga memberikan kesan profesional dan meningkatkan nilai jual.



Gambar 5. Kemasan Sebelum



Gambar 6. Kemasan Sesudah

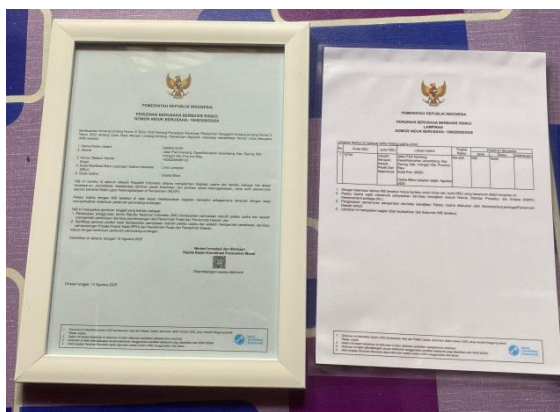
Dengan adanya kemasan baru ini, diharapkan produk kerupuk sagu Ibu Ulfa dapat memiliki daya tahan yang lebih lama, kualitas tetap terjaga, serta lebih mudah menarik perhatian konsumen di pasaran.

3. Pendaftaran Izin Usaha

Pendaftaran izin usaha merupakan salah satu langkah penting yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM agar usaha yang dijalankan memiliki legalitas dan diakui secara hukum oleh pemerintah. Legalitas ini tidak

hanya memberikan perlindungan hukum bagi pemilik usaha, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis terhadap produk yang ditawarkan. Dengan memiliki izin usaha, UMKM dapat lebih mudah menjalin kerja sama dengan pihak lain, seperti pemasok, distributor, atau bahkan lembaga keuangan, karena dokumen legalitas tersebut menjadi bukti bahwa usaha tersebut sah dan memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu, keberadaan izin usaha juga sering menjadi syarat untuk memperoleh bantuan atau program pemberdayaan dari pemerintah, termasuk akses pembiayaan, pelatihan, dan promosi produk.

Produk kerupuk sagu milik Ibu Ulfa sebelumnya belum memiliki status resmi sebagai produk UMKM. Hal ini berarti usaha tersebut belum tercatat dalam sistem perizinan usaha yang berlaku. Akibatnya, produk ini belum memiliki legalitas usaha yang lengkap sehingga dapat menyulitkan ketika ingin memperluas pemasaran atau bekerja sama dengan pihak lain. Untuk mengatasi hal tersebut, tim KKN melakukan pendampingan dan membantu proses pendaftaran produk kerupuk sagu Ibu Ulfa melalui sistem Online Single Submission (OSS). OSS merupakan platform resmi yang disediakan pemerintah untuk mempermudah pelaku usaha dalam mengurus perizinan secara daring. Proses pendaftaran ini melibatkan pengumpulan data yang diperlukan, seperti identitas pemilik usaha, informasi tentang produk, alamat usaha, serta skala usaha. Setelah semua data dilengkapi, tim membantu melakukan pengisian formulir secara online melalui OSS hingga proses pendaftaran berhasil.



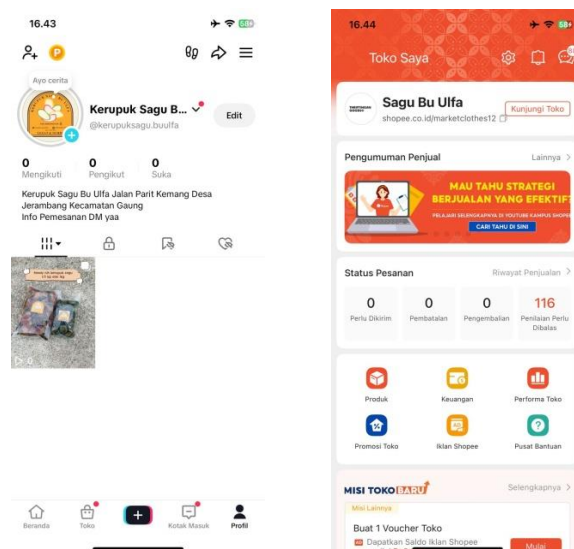
Gambar 7. NIB Produk via OSS

Dengan terdaftarnya produk kerupuk sagu Ibu Ulfa sebagai usaha resmi, maka usaha ini memiliki legalitas yang jelas. Hal ini memberikan banyak manfaat, antara lain meningkatkan kepercayaan konsumen, membuka peluang untuk mendapatkan bantuan pemerintah, dan mempermudah akses dalam mengembangkan usaha ke tingkat yang lebih luas.

4. Pembuatan Akun Media Sosial

Pembuatan akun media sosial untuk sarana promosi dan pemasaran melalui media digital merupakan langkah penting dalam mengembangkan usaha, terutama di era teknologi saat ini. Media sosial menjadi salah satu cara paling efektif untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas karena jangkauannya yang sangat luas dan biaya yang relatif terjangkau.

Sebelumnya, produk kerupuk sagu milik Ibu Ulfa belum pernah dipasarkan melalui media sosial, sehingga jangkauan pemasarannya masih terbatas pada lingkungan sekitar. Untuk mengatasi hal ini, tim membuat akun media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Platform yang dipilih antara lain TikTok, yang saat ini populer untuk promosi melalui konten video kreatif, dan Shopee, sebagai marketplace untuk memudahkan konsumen melakukan pembelian secara online. Melalui akun TikTok, tim membuat konten menarik yang menampilkan proses pembuatan kerupuk sagu, keunikan produk, serta keunggulannya. Konten ini diharapkan mampu menarik perhatian calon pembeli dan meningkatkan brand awareness. Sedangkan akun Shopee digunakan untuk menjual produk secara langsung secara online, sehingga konsumen dari berbagai daerah dapat dengan mudah memesan produk kerupuk sagu Bu Ulfa.



Gambar 8. Pembuatan Akun TikTok dan Akun Shopee

Langkah ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan penjualan, serta mengenalkan produk kerupuk sagu Bu Ulfa ke pasar yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga nasional.

4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan adalah bahwa strategi pengembangan produk UMKM Kerupuk Sagu Bu Ulfa di Desa Jerombang, Kecamatan Gaung, dapat disimpulkan bahwa upaya pengembangan usaha melalui serangkaian strategi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk, pemasaran, dan legalitas usaha. Program pendampingan yang dilaksanakan berhasil mengidentifikasi permasalahan utama, yaitu belum adanya legalitas usaha, pengemasan yang kurang menarik, dan sistem pemasaran yang masih konvensional. Strategi pengembangan yang dilakukan meliputi empat langkah utama. Pertama, pembuatan logo dan merek berhasil memberikan identitas yang jelas pada produk sehingga meningkatkan daya tarik dan citra profesional. Kedua, pengembangan kemasan produk dengan bahan yang lebih tebal dan desain yang menarik mampu menjaga kualitas kerupuk agar tetap renyah serta meningkatkan nilai jual. Ketiga, pendaftaran izin usaha melalui OSS memberikan legalitas resmi yang tidak hanya melindungi pemilik usaha secara hukum, tetapi juga membuka peluang untuk memperoleh bantuan pemerintah dan memperluas jaringan bisnis. Keempat, pembuatan akun media sosial dan pemanfaatan platform digital seperti TikTok dan Shopee terbukti mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan brand awareness, serta memberikan akses penjualan ke pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, pengembangan produk UMKM kerupuk sagu ini menunjukkan bahwa kombinasi antara inovasi pengemasan, branding, legalitas usaha, dan digitalisasi pemasaran merupakan kunci utama untuk meningkatkan daya saing UMKM di era modern. Strategi ini dapat dijadikan contoh atau model pengembangan bagi UMKM lain, khususnya yang bergerak di sektor pangan lokal berbasis potensi daerah.

REFERENSI

- Wedayanti, Devi, Made., et al. (2024). Pengembangan Manajemen Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kerupuk Sagu. *Jurnal Abdimas Mandiri*. 8 (3). 300-307
- Nabil, Hauzan, Daffa., Nindia., Anjeli, Putri., Duanda, Habib., (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kerupuk Sagu Di Desa Pulau Banjar Kari, Kecamatan Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1 (4). 186-190
- Asriani, Asriani, et al. Penerapan Digital Marketing Berbasis Facebook Pada Umkm Kerupuk Sagu. *Jurnal Abdi Insani* 9.3 (2022): 1135-1144.

- Pujianto, Dedi., Mahrani., Susanto, Haris., (2023). Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kerupuk Sagu Di Desa Geringging Baru Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi (Studi Kasus Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Sagu Putri Tunggal). Jurnal Green Swarnadwipa. 12 (1). 88-98.
- Pamela, Febri, Dwi., Rifai, Ahmad., Kusumawaty, Yeni., (2022). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Kerupuk Sagu Di Kabupaten Kuantan Singingi Development Strategy Of Micro Small Medium (Ukm) Sago Crops In Kuantan Singingi Regency. Jurnal Agri Sains. 7(1). 74-83.
- N, Hidayat, Rusdi., Andarini, Sonja., (2024). Strategi Pemberdayaan Ukm Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. Jurnal Bisnis Indonesia. 93-109.