

Pemberdayaan Masyarakat Desa Kutruk Melalui Inovasi Produk Cilok Kuah Seblak sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM

Sugiharto¹, Siti Nurhanifa², Amelia Dwi Septiani³, Nika Dwiyani⁴, Laolatul Fadlah⁵, Alicya Akmalia Muhtarudin⁶, Muhamad Alfi Husaeni⁷, Siti Masrifah⁸, Sri Wiranti⁹, Lutfia Dwi Maula Rahmadhani¹⁰, Siti Nurfadilah¹¹
^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11} Institut Nida El-Adabi, Parung Panjang, Bogor, Indonesia

Received : 17 September 2026, Revised : 28 September 2026, Published : 03 Oktober 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Sugiharto

E-mail: sugih0372@gmail.com

Abstrak

Desa Kutruk merupakan desa yang sebagian besar warganya bekerja di sektor informal dengan potensi kuliner lokal yang belum dikelola secara produktif menjadi produk bernilai jual. Jajanan cilok dan seblak digemari masyarakat setempat, namun selama ini hanya dijual dalam bentuk seblak saja tanpa ada inovasi rasa, pengemasan, maupun strategi pemasaran. Kesenjangan inilah yang mendorong mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok Kutraversa Institut Nida El-Adabi merancang program pemberdayaan masyarakat melalui inovasi produk cilok kuah seblak selama periode KKN 25 Juli–20 September 2026. Metode yang digunakan adalah Asset Based Community Development (ABCD) yang menekankan pemanfaatan potensi dan keterampilan warga secara partisipatif, meliputi tahap observasi, pelatihan produksi, pendampingan pengemasan (packaging), hingga kemitraan pemasaran. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa warga berhasil memproduksi cilok kuah seblak dengan kemasan cup berlabel yang higienis dan siap jual, serta berhasil menjalin kemitraan dengan salah satu pelaku UMKM di Desa Kutruk untuk memasarkan produk tersebut. Program ini terbukti meningkatkan keterampilan wirausaha warga, membuka peluang penambahan penghasilan keluarga, dan memperkuat kapasitas UMKM lokal dalam mengembangkan produk unggulan berbasis potensi kuliner desa.

Kata kunci - cilok kuah seblak, ekonomi kreatif, KKN, pemberdayaan masyarakat, UMKM

Abstract

Kutrak Village is largely populated by informal workers whose local culinary potential has not been productively managed into marketable products. Cilok (tapioca dumplings) and seblak are popular local snacks, yet they have traditionally been sold raw without flavor innovation, packaging, or marketing strategy. This gap motivated the Community Service Program (KKN) students of the Kutraversa group from Institut Nida El-Adabi to design a community empowerment program through the innovation of cilok kuah seblak (seblak-broth meatball) products during the KKN period of 25 July–20 September 2026. The method used was Asset Based Community Development (ABCD), emphasizing the participatory use of residents' potential and skills, consisting of observation, production training, packaging assistance, and marketing partnership stages. The results show that residents successfully produced hygienic, ready-to-sell, labeled cup-packaged cilok kuah seblak and established a partnership with a local MSME actor in Kutruk Village to market the products. This program proved effective in improving residents' entrepreneurial skills, opening opportunities for additional family income, and strengthening the capacity of local MSMEs to develop signature products based on the village's culinary potential.

Keywords - cilok kuah seblak, community empowerment, creative economy, KKN, MSME

How To Cite : Sugiharto, S., Nurhanifa, S., Septiani, A. D., Dwiyani, N., Fadlah, L., Muhtarudin, A. A., Husaeni, M. A., Masrifah, S., Wiranti, S., Rahmadhani, L. D. M., & Nurfadilah, S. (2026). *Pemberdayaan Masyarakat Desa Kutruk Melalui Inovasi Produk Cilok Kuah Seblak sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 5(1), 767 - 777. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v5i1.1814>

Copyright ©2026 Sugiharto Sugiharto, Siti Nurhanifa, Amelia Dwi Septiani, Nika Dwiyani, Laolatul Fadlah, Alicya Akmalia Muhtarudin, Muhamad Alfi Husaeni, Siti Masrifah, Sri Wiranti, Lutfia Dwi Maula Rahmadhani, Siti Nurfadilah

PENDAHULUAN

Desa Kutruk merupakan salah satu desa dengan mayoritas penduduk yang bekerja di sektor informal dan pertanian. Di sisi lain, sebagian ibu rumah tangga belum memiliki kegiatan usaha produktif yang dapat dilakukan secara mandiri untuk menambah pendapatan keluarga. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya masyarakat, khususnya keterampilan pengolahan pangan rumah tangga, dengan pemanfaatannya sebagai peluang usaha yang bernilai ekonomi.

Salah satu potensi yang dapat dikembangkan adalah kuliner lokal berupa cilok dan seblak yang cukup dikenal dan digemari oleh masyarakat, terutama anak-anak dan remaja. Berdasarkan hasil observasi awal, masyarakat Desa Kutruk telah mengenal dan menjual seblak secara sederhana, tetapi belum didukung oleh kemasan yang layak jual, identitas produk, serta pemasaran yang dilakukan secara sistematis. Sementara itu, produk cilok belum dikembangkan sebagai produk usaha yang dapat dipasarkan oleh masyarakat setempat. Kondisi ini menyebabkan potensi kuliner tersebut belum memberikan nilai tambah ekonomi secara optimal dan pemasaran masih terbatas pada lingkungan sekitar tempat tinggal.

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat sasaran bukan hanya keterbatasan jenis produk, tetapi juga belum optimalnya kemampuan dalam mengembangkan produk pangan menjadi usaha yang memiliki nilai jual dan daya saing. Keterbatasan tersebut terlihat dari belum adanya pengembangan varian produk, standar penyajian, kemasan yang mendukung pemasaran, serta strategi pemasaran yang dapat memperluas jangkauan konsumen. Dengan demikian, diperlukan intervensi pemberdayaan yang tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga mengintegrasikan inovasi produk, pengemasan, dan pengenalan strategi pemasaran sederhana.

Kegiatan ini menghadirkan inovasi berupa pengembangan cilok kuah seblak sebagai produk kuliner yang menggabungkan dua jajanan yang telah dikenal masyarakat menjadi produk dengan konsep dan nilai jual baru. Kebaruan kegiatan tidak hanya terletak pada produk yang dikembangkan, tetapi pada pendekatan pemberdayaan yang mengarahkan masyarakat, khususnya ibu rumah tangga, untuk mengolah potensi kuliner lokal menjadi produk usaha yang lebih siap dipasarkan. Pendekatan tersebut dilakukan melalui pengembangan produk, pengemasan yang lebih layak, serta pengenalan pemasaran secara lebih sistematis sehingga masyarakat tidak hanya menjadi konsumen, tetapi memiliki peluang untuk berperan sebagai pelaku usaha.

Melalui kegiatan ini, kondisi yang diharapkan adalah meningkatnya kemampuan masyarakat sasaran dalam mengembangkan produk kuliner berbasis potensi lokal, tersedianya produk cilok kuah seblak dengan kemasan yang lebih layak jual, serta meningkatnya pemahaman mengenai pemasaran produk. Dengan demikian, kegiatan pemberdayaan ini diharapkan dapat membuka peluang usaha baru bagi ibu rumah tangga dan meningkatkan nilai ekonomi potensi kuliner lokal Desa Kutruk secara berkelanjutan.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat perdesaan membutuhkan pendekatan transformatif yang memadukan inovasi produk dan optimalisasi potensi lokal. Namun juga pada peningkatan nilai tambah melalui inovasi produk, penguatan kapasitas masyarakat, dan pengembangan aktivitas kewirausahaan. Pendekatan berbasis potensi lokal memungkinkan sumber daya yang sebelumnya memiliki nilai ekonomi terbatas untuk dikembangkan menjadi produk yang lebih inovatif dan bernilai tambah, sehingga dapat memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat desa (Susanti et al., 2022); (Novita et al., 2024). Kesenjangan (gap) inilah yang menjadi dasar pelaksanaan program KKN kelompok Kutraversa Institut Nida El-Adabi di Desa Kutruk. Inovasi produk olahan pangan berbasis potensi lokal terbukti mampu meningkatkan nilai jual dan membuka peluang usaha baru bagi masyarakat desa (Wahyuni et al., 2026); (Purnama et al., 2026). Program pemberdayaan UMKM melalui KKN yang melibatkan mahasiswa secara langsung dalam proses produksi hingga pemasaran juga terbukti efektif meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal dalam mengembangkan produk unggulan desa (Josyika Nisfullaili et al., 2022); (Baehaqi et al., 2026). Selain aspek produksi, pendampingan pengemasan

(packaging) produk menjadi faktor penting yang menentukan daya saing produk UMKM di pasar, karena kemasan yang menarik dan higienis mampu meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen (Asmoro & Tuti, 2023); (Suwandari et al., 2024).

Secara teoritis, pemberdayaan masyarakat dipahami sebagai proses penguatan kapasitas individu maupun kelompok agar mampu mengidentifikasi, memanfaatkan, dan mengelola sumber daya serta potensi yang dimiliki untuk meningkatkan kesejahteraan secara mandiri dan berkelanjutan (Hermawan et al., 2025); (Dushkova & Ivlieva, 2024).

Pemberdayaan menempatkan masyarakat sebagai subjek dalam proses pembangunan dengan mendorong peningkatan kemampuan, pengetahuan, keterampilan, serta kemandirian dalam mengelola potensi yang tersedia. Dalam konteks masyarakat pedesaan, pemberdayaan dapat dilakukan melalui pengembangan potensi lokal yang disesuaikan dengan kondisi sumber daya, keterampilan, dan karakteristik ekonomi masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Mirajiani (2023) yang menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat pedesaan perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas masyarakat untuk mengembangkan potensi ekonomi secara kreatif, inovatif, dan berkelanjutan (Shaiful Ashik et al., 2026).

Pemberdayaan ekonomi masyarakat juga dapat diwujudkan melalui pengembangan usaha berbasis potensi lokal, salah satunya melalui inovasi produk pangan. Inovasi memungkinkan masyarakat menciptakan produk baru atau mengembangkan produk yang telah dikenal agar memiliki nilai tambah dan mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Dalam pengembangan UMKM, inovasi produk menjadi salah satu aspek yang dapat mendukung peningkatan kinerja pemasaran karena produk yang memiliki pembaruan dan karakteristik yang berbeda dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Penelitian Nianti et al. (2024) menunjukkan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Indonesia, sehingga pengembangan produk perlu disertai dengan pemahaman terhadap kebutuhan dan karakteristik pasar (Waode Kota Nianti et al., 2024).

Selain inovasi produk, penguatan kemampuan pemasaran menjadi bagian penting dalam keberlanjutan usaha masyarakat. Produk yang dihasilkan melalui kegiatan pemberdayaan perlu didukung dengan strategi pemasaran yang tepat agar tidak hanya dikonsumsi dalam lingkungan terbatas, tetapi memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pada UMKM pangan, inovasi produk dan pemasaran terintegrasi dapat berperan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Melany et al. (2024) menemukan bahwa inovasi produk dan pemasaran terintegrasi menjadi faktor yang berkaitan dengan peningkatan kinerja pemasaran UMKM produk pangan. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan cilok kuah seblak di Desa Kutruk tidak hanya diarahkan pada peningkatan keterampilan produksi, tetapi juga pada inovasi produk dan pengenalan pemasaran sebagai upaya meningkatkan nilai ekonomi potensi kuliner lokal (Melany et al., 2024).

Pendampingan UMKM berbasis komunitas terbukti dapat memperkuat resiliensi ekonomi masyarakat perdesaan (Edgar et al., 2026). Diversifikasi kuliner lokal tidak hanya memberikan nilai tambah ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya kuliner daerah. Penguatan branding dan strategi pemasaran digital juga menjadi pilar keberlanjutan bagi UMKM skala mikro (Christine, 2025); (Malik et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang dan kajian tersebut, mahasiswa KKN kelompok Kutraversa merumuskan program kerja unggulan berupa inovasi produk cilok kuah seblak, sebagai upaya pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat Desa Kutruk. Tujuan pengabdian ini adalah: (1) meningkatkan keterampilan warga dalam mengolah dan mengemas produk cilok kuah seblak secara higienis dan menarik; (2) mendampingi warga dalam membangun kemitraan pemasaran dengan pelaku UMKM setempat; dan (3) mendorong tumbuhnya unit usaha kuliner baru berbasis potensi lokal yang berkelanjutan di Desa Kutruk. Program dilaksanakan selama periode KKN 25 Juli–20 September 2026.

METODE

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD), yaitu metode pemberdayaan yang berfokus pada pengenalan dan pemanfaatan aset atau potensi yang telah dimiliki masyarakat, alih-alih hanya berorientasi pada masalah (deficit-based). Penerapan metode ABCD dalam pengabdian KKN terbukti mampu mengoptimalkan keterlibatan partisipatif warga (Qusairi et al., 2025). Pendekatan ini dipilih karena masyarakat Desa Kutruk, khususnya ibu rumah tangga, telah memiliki keterampilan dasar dalam mengolah cilok dan seblak yang

diperoleh melalui pengalaman sehari-hari. Pendekatan ini menempatkan potensi dan kemampuan yang telah dimiliki masyarakat sebagai aset yang dapat dikembangkan, bukan memulai program dari kondisi yang tidak memiliki sumber daya. Program KKN berperan sebagai fasilitator dan pendamping dalam mengoptimalkan keterampilan tersebut menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Sasaran kegiatan terdiri atas 15 orang ibu rumah tangga dan 3 pelaku usaha kuliner rumahan di Desa Kutruk dengan karakteristik masyarakat yang telah memiliki keterampilan dasar pengolahan makanan tetapi belum mengoptimalkannya menjadi produk dengan kemasan dan pemasaran yang lebih terstruktur. Dalam pelaksanaannya, tim KKN berperan dalam pendampingan inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran, sedangkan masyarakat berperan sebagai peserta aktif dalam proses produksi, pengembangan produk, dan evaluasi.

Identifikasi potensi dan permasalahan dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara informal dengan warga, serta diskusi kelompok terarah bersama kader PKK dan masyarakat sasaran. Tahap ini dilakukan pada Sabtu, 29 Agustus 2026 untuk mengetahui kondisi awal keterampilan masyarakat, potensi kuliner lokal, kondisi produk yang telah dijual, serta kendala dalam pengemasan dan pemasaran. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa masyarakat telah mengenal produk cilok dan seblak, tetapi belum terdapat pengembangan cilok sebagai produk yang dipasarkan secara khusus dan produk seblak yang tersedia masih memiliki keterbatasan dalam aspek kemasan serta pemasaran. Berdasarkan kondisi tersebut, tahap perencanaan dilakukan secara partisipatif bersama masyarakat dengan menentukan konsep produk, resep, bahan baku, ukuran porsi, bentuk kemasan, serta sasaran konsumen. Tahap ini bertujuan menjawab permasalahan belum optimalnya pemanfaatan potensi kuliner lokal menjadi produk yang memiliki nilai tambah.

Pelaksanaan program dilakukan secara bertahap selama 2 minggu dengan frekuensi 2 kali pertemuan. Tahap pertama berupa pelatihan dan pendampingan produksi cilok kuah seblak, mulai dari pembuatan adonan cilok, pembentukan, perebusan, hingga pengolahan bumbu kuah seblak. Tahap kedua berupa pendampingan pengemasan menggunakan kemasan cup food grade yang dilengkapi identitas produk agar produk lebih higienis, menarik, dan memiliki identitas yang mudah dikenali. Tahap ketiga berupa uji coba pemasaran melalui kemitraan dengan salah satu pelaku UMKM di Desa Kutruk. Dalam tahap ini, masyarakat terlibat dalam proses produksi, pengemasan, dan pengenalan produk kepada konsumen, sedangkan tim KKN memberikan pendampingan teknis dan membantu proses evaluasi. Pembagian peran tersebut dilakukan agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi dapat terlibat langsung dalam setiap proses pengembangan produk.

Evaluasi dilakukan bersama masyarakat setelah uji coba produk untuk mengetahui penerimaan konsumen, kualitas produk, kelayakan kemasan, serta kendala dalam proses produksi dan pemasaran. Indikator keberhasilan program meliputi:

1. Peserta mampu mempraktikkan proses produksi cilok kuah seblak secara mandiri.
2. Peserta mampu melakukan pengemasan menggunakan kemasan yang layak dan higienis.
3. Dihasilkan produk cilok kuah seblak yang siap dipasarkan.
4. Terbentuknya kerja sama pemasaran dengan minimal satu pelaku UMKM lokal dan
5. Adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pengembangan dan pemasaran produk. Keberhasilan tersebut diukur melalui observasi praktik peserta, hasil produk yang dihasilkan, dokumentasi kegiatan, serta evaluasi dan diskusi bersama masyarakat. Dengan demikian, setiap tahapan ABCD tidak hanya menjadi rangkaian kegiatan, tetapi secara langsung diarahkan untuk mengatasi permasalahan keterbatasan inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran yang ditemukan pada tahap identifikasi awal.

Rangkaian kegiatan tersebut dilaksanakan dengan prinsip partisipasi masyarakat, di mana masyarakat dilibatkan sejak tahap identifikasi aset hingga evaluasi hasil kegiatan. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap program sekaligus mendorong keberlanjutan usaha setelah kegiatan KKN selesai. Produk cilok kuah seblak yang dihasilkan menjadi salah satu bentuk pemanfaatan aset kuliner lokal yang dikembangkan melalui inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran sehingga memiliki peluang untuk menjadi kegiatan usaha produktif bagi masyarakat Desa Kutruk.

Tabel 1. Kerangka Pemecahan Masalah Program Pemberdayaan

No	Tahapan Kegiatan
1.	Observasi dan Identifikasi Potensi/Masalah
2.	Perencanaan Program Bersama Warga
3.	Pelatihan dan Pendampingan Produksi (Cilok Kuah Seblak)
4.	Pendampingan Pengemasan (<i>Packaging</i>) Produk
5.	Kemitraan Pemasaran dengan Pelaku UMKM Desa Kutruk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat melalui inovasi produk cilok kuah seblak di Desa Kutruk berjalan melalui proses partisipatif bersama masyarakat (Sarma et al., 2025) pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat melalui inovasi produk cilok kuah seblak di Desa Kutruk dilakukan secara partisipatif bersama masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, masyarakat telah memiliki keterampilan dasar dalam mengolah cilok dan seblak, tetapi belum mengembangkan produk tersebut dari aspek inovasi, pengemasan, dan pemasaran. Kondisi tersebut menjadi dasar pengembangan cilok kuah seblak sebagai produk olahan baru berbasis potensi kuliner lokal.

selama periode KKN 25 Juli–20 September 2026. Kegiatan pelatihan diawali dengan mengumpulkan warga dan kader setempat untuk bersama-sama membentuk adonan cilok (Gambar 1), dilanjutkan dengan pendampingan dan diskusi langsung bersama warga terkait proses pengolahan produk (Gambar 2), hingga tahap akhir berupa pengolahan dan penuangan kuah seblak pada cilok yang telah matang (Gambar 3). Hasil kegiatan berupa produk cilok kuah seblak yang siap disajikan. Peserta juga memperoleh pengalaman praktik dalam proses produksi sehingga dapat mengikuti tahapan pembuatan produk dengan pendampingan tim KKN. Keterlibatan warga secara aktif dalam seluruh rangkaian pelatihan ini sejalan dengan prinsip ABCD, yaitu memberdayakan masyarakat melalui pemanfaatan keterampilan yang telah mereka miliki (South et al., 2024); (Ward, 2023).

Pada aspek pengemasan, produk menggunakan cup *food grade* yang dilengkapi identitas produk sehingga tampil lebih rapi dan siap diperkenalkan kepada konsumen. Selanjutnya, dilakukan uji coba pemasaran melalui kerja sama dengan salah satu pelaku UMKM di Desa Kutruk. Luaran kegiatan meliputi produk cilok kuah seblak, kemasan produk, serta kerja sama awal pemasaran dengan pelaku UMKM. Kegiatan ini belum mengukur penjualan dalam jangka panjang, sehingga keberhasilan komersial dan peningkatan pendapatan belum dapat disimpulkan.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Adonan Cilok Bersama Warga Setempat



Gambar 2. Pendampingan dan Diskusi Bersama Warga Selama Proses Pelatihan



Gambar 3. Proses Pengolahan dan Penuangan Kuah Seblak pada Cilok

Salah satu hasil penting dari program ini adalah keberhasilan tim KKN dan warga dalam mengemas produk cilok kuah seblak menggunakan kemasan cup food grade yang dilengkapi label logo KKN Kutraversa dan Institut Nida El-Adabi (Gambar 4). Pendampingan pengemasan ini penting dilakukan karena kemasan yang higienis, rapi, dan diberi label yang jelas terbukti meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM, sekaligus membedakan produk dari kompetitor sejenis (Arseto et al., 2024). Standarisasi higienitas produk pangan skala rumah tangga juga meningkatkan daya saing di tingkat lokal. Sebelum program ini berjalan, produk cilok warga hanya dijual dalam bentuk curah tanpa kemasan maupun label yang jelas (Nuraeni et al., 2022); (Wahyu & Munarko, 2024); (Sholichin, 2022).

Melalui pendampingan, produk dikemas menggunakan cup *food grade* dan diberi identitas produk sehingga lebih rapi dan siap diperkenalkan kepada konsumen. Perubahan pada aspek kemasan sejalan dengan (Najib et al., 2022); (Qomariah et al., 2025) yang menunjukkan bahwa pengembangan desain kemasan dapat menjadi bagian dari upaya meningkatkan daya saing produk UMKM pangan. Perubahan tersebut didukung oleh ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh serta keterampilan dasar masyarakat dalam mengolah makanan. Namun, pelaksanaan kegiatan masih memiliki keterbatasan, terutama pada waktu pendampingan yang terbatas dan belum adanya pengukuran penjualan dalam jangka panjang. Dengan demikian, penggunaan kemasan dan identitas produk merupakan capaian kegiatan, sedangkan peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha masih menjadi potensi yang memerlukan pengembangan lebih lanjut melalui konsistensi produksi, pemasaran, dan evaluasi penjualan.



Gambar 4. Produk Cilok Kuah Seblak Siap Jual dalam Kemasan Cup Berlabel

Hasil selanjutnya yang tidak kalah penting adalah terjalinnya kemitraan pemasaran antara tim KKN dengan salah satu pelaku UMKM di Desa Kutruk. Produk cilok kuah seblak yang telah dikemas kemudian dipasarkan dan dijual oleh mitra UMKM tersebut kepada masyarakat sekitar (Gambar 5).

Terbentuknya kemitraan ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan telah diterima secara komersial, sekaligus menjadi bukti keberhasilan transfer pengetahuan dari mahasiswa KKN kepada pelaku usaha lokal terkait strategi produksi dan pengemasan produk yang lebih bernilai jual (Aripin, 2023); (Sunarta et al., 2026). Sinergi antara akademisi dan pelaku UMKM lokal terbukti mempercepat komersialisasi produk desa (Dian Nurvita Sari et al., 2025). Temuan ini memperkuat hasil pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa program KKN yang melibatkan pendampingan produksi hingga pemasaran mampu meningkatkan kapasitas UMKM dalam mengembangkan produk unggulan berbasis potensi local (Simanungkalit et al., 2026).



Gambar 5. Penyerahan Produk kepada Pelaku UMKM Desa Kutruk sebagai Mitra Pemasaran

Sebagai bagian dari rangkaian pendampingan produksi, dilaksanakan pula kegiatan pelatihan pembuatan cilok pada 12 September 2026 di lokasi Perumahan Asabri, Desa Kutruk, yang diikuti secara antusias oleh ibu-ibu warga setempat (Gambar 6 dan Gambar 7). Melalui pelatihan ini, peserta dibimbing secara langsung mulai dari proses pembuatan adonan hingga penyajian cilok kuah seblak. Metode pelatihan melalui demonstrasi dan praktik langsung diketahui dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah produk pangan serta mendorong pemanfaatannya sebagai peluang usaha rumah tangga (Elyza et al., 2023). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta, ditandai dengan kemampuan ibu-ibu warga yang sebelumnya belum mampu membuat cilok kuah seblak menjadi mampu mempraktikkan proses pembuatannya secara mandiri setelah mengikuti pelatihan. Temuan tersebut sejalan dengan kegiatan pemberdayaan berbasis pelatihan olahan pangan di wilayah perdesaan yang menunjukkan bahwa penguatan keterampilan teknis, orientasi kewirausahaan, dan pendampingan berkelanjutan dapat meningkatkan kesiapan masyarakat dalam mengembangkan usaha skala rumah tangga (Laksana et al., 2024)



Gambar 6. Pelatihan Pembuatan Cilok Bersama Ibu-Ibu Warga di Perumahan Asabri, Desa Kutruk (12 September 2026)



Gambar 7. Foto Bersama Tim KKN dan Ibu-Ibu Warga Usai Pelatihan Pembuatan Cilok di Perumahan Asabri, Desa Kutruk

Pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan ini dapat dilihat melalui tiga aspek utama, yaitu keterampilan, ekonomi, dan pola pikir. Dari aspek keterampilan, warga memperoleh pengetahuan baru mengenai diversifikasi olahan pangan serta teknik pengemasan produk yang layak jual. Hal ini sejalan dengan temuan Pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan ini dapat dilihat melalui tiga aspek utama, yaitu keterampilan, ekonomi, dan pola pikir. Dari aspek keterampilan, warga memperoleh pengetahuan baru mengenai diversifikasi olahan pangan serta teknik pengemasan produk yang layak jual. Hal ini sejalan dengan temuan (Komariah et al., 2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan perancangan kemasan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM kuliner dalam menghasilkan kemasan yang lebih inovatif, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran. Selain itu, kegiatan diversifikasi produk pangan juga dapat menjadi strategi untuk meningkatkan kemandirian masyarakat dan nilai tambah komoditas lokal (Utami et al., 2025).

Dari aspek ekonomi, terbukanya kemitraan dengan pelaku UMKM setempat dapat menciptakan peluang pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan keluarga melalui penjualan produk secara berkelanjutan. Inovasi produk dan pemasaran juga memiliki keterkaitan dengan kinerja UMKM pangan, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian mengenai UMKM produk pangan yang menemukan peran inovasi produk dan integrated marketing dalam mendukung kinerja pemasaran (Melany et al., 2024).

Sementara itu, dari aspek pola pikir, kegiatan pemberdayaan mendorong warga untuk melihat potensi pangan lokal bukan hanya sebagai produk konsumsi rumah tangga, tetapi juga sebagai peluang usaha yang dapat dikembangkan melalui inovasi produk, branding, pengemasan, dan pemasaran. Penelitian mengenai pemberdayaan masyarakat melalui UMKM juga menekankan pentingnya pemahaman kewirausahaan serta pengembangan aspek produk, penjualan, dan branding dalam membangun kemandirian Masyarakat (Laksana et al., 2024).

KESIMPULAN

Program KKN kelompok Kutraversa Institut Nida El-Adabi di Desa Kutruk periode 25 Juli–20 September 2026 dilaksanakan melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dengan memanfaatkan potensi kuliner lokal. Kegiatan menghasilkan inovasi produk berupa cilok kuah seblak, yang dikembangkan melalui tahapan produksi, pengemasan, dan uji coba pemasaran bersama masyarakat. Capaian kegiatan meliputi tersedianya produk cilok kuah seblak, penggunaan kemasan *food grade* yang dilengkapi identitas produk, serta terbentuknya kerja sama awal dengan salah satu pelaku UMKM Desa Kutruk dalam uji coba pemasaran.

Kegiatan ini memberikan pengalaman praktik kepada masyarakat dalam pengembangan produk pangan, khususnya pada proses produksi dan pengemasan. Namun, kegiatan belum melakukan pengukuran penjualan dan pendapatan dalam jangka panjang sehingga peningkatan pendapatan keluarga, keberhasilan komersial, dan keberlanjutan penjualan belum dapat disimpulkan sebagai hasil kegiatan. Sebagai rekomendasi keberlanjutan, diperlukan pendampingan pasca-KKN yang mencakup penguatan pemasaran, pemanfaatan media digital, pengembangan identitas produk, serta pengurusan legalitas usaha dan sertifikasi P-IRT sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa dan perangkat Desa Kutruk atas dukungan dan izin pelaksanaan program KKN, kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Bapak Sugiharto, S.E, M.Ak atas bimbingan selama kegiatan berlangsung, kepada salah satu pelaku UMKM di Desa Kutruk yang telah bersedia menjadi mitra pemasaran produk, serta kepada seluruh warga Desa Kutruk yang telah berpartisipasi aktif dalam program pemberdayaan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aripin. (2023). Enhancing Business Acumen in Rural Entrepreneurs: A Community-Based Training and Mentorship Program. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 50–62. <https://doi.org/10.54783/dhkkpv87>
- Arseto, D. D., Mardayanti, I., Haratikka, H., Alang Khairunnizar, M., Arfah, Y., Syahputra, A., Gunawan, D., STIE Bina Karya, S., & Tinggi, T. (2024). Pendampingan Pengemasan dan Pemberian Label Merek pada UMKM Gula Merah di Desa Paya Lombang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 288–294. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7446>
- Asmoro, I. P., & Tuti, M. (2023). Satisfaction with Packaging and Price to Purchase Decision and Repurchase Intention. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 66–79. <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.5>
- Baehaqi, R., Listanto, V., Putri, A. F., Septianti, V. P., Raihan, M., Nadia Zira, D. A., Keliobas, F. M., Wibowo, A., & Kusumawati, B. (2026). Pemberdayaan UMKM Menuju Ekonomi Digital melalui Kuliah Kerja Nyata di Desa Cibeuteng Muara Rt03/Rw03 Kabupaten Bogor. *BERDAYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1 (April)), 9–16. <https://doi.org/10.25299/berdaya.2026.24939>
- Christine, J. (2025). Pengaruh Branding dan Pemasaran Digital Terhadap Perkembangan UMKM. *Jurnal VICIDI*, 15(1), 55–66. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v15i1.5243>
- Dian Nurvita Sari, Romdoni, F., Farisal, U., & Rohmatunisa, R. N. (2025). Kolaborasi Pemerintah Desa dan Akademisi dalam Membangun Kesadaran Branding Digital bagi Pelaku UMKM Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 399–408. <https://doi.org/10.37567/pkm.v5i3.4185>
- Dushkova, D., & Ivlieva, O. (2024). Empowering Communities to Act for a Change: A Review of the Community Empowerment Programs towards Sustainability and Resilience. *Sustainability (Switzerland)*, 16(19). <https://doi.org/10.3390/su16198700>
- Edgar, S., Embry, E., Brownell, K. M., & Kickul, J. (2026). Community resilience through rural entrepreneurship: the case of Tribal Textiles. *Small Business Economics*, 67(1), 153–179. <https://doi.org/10.1007/s11187-026-01206-7>
- Elyza, F., Yuliana, Y., Azlim, A., Susiani, R., Winarty, A., Hasanah, H., Mukhlisin, T., Alfaizin, M. Z., & Haliq, A. (2023). Peningkatan kemampuan ibu rumah tangga melalui pelatihan produksi pangan kue Bapia. *PENGABDI: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 220–225. <https://doi.org/10.26858/pengabdi.v4i2.59510>
- Hermawan, Y., Santi, F. U., Septiantoko, R., & Utami, R. B. (2025). Sustainable Empowerment Strategies in Rural Areas: A Qualitative Study on Women Farmer Groups. *Journal of Nonformal Education*, 11(2), 301–309. <https://doi.org/10.15294/jone.v11i2.23271>
- Josyika Nisfullaili, Sigit Prastowo, Akbar Iqbal Yusuf, Arif Nur Rohmad, Kuny Nisaa' Al Mufidah, Mohammad Okki Aprilianto, Muhammad Fahmi, Nisa Aqilla Ellenahaya Entifar, Nisrina Nabilah, & Rizki Ana Dewi. (2022). Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Umkm (Digital Marketing) Bagi Anggota Kelompok Wanita Tani Di Desa Urutsewu, Ampel, Boyolali. *KREASI: Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 314–323. <https://doi.org/10.58218/kreasi.v2i3.108>
- Komarlah, K., Brilianti, G. P., Putra, P. S., Anugerah, A. R., Ibrahim, F. Z., Wahyuni, R. T., & Haq, A. Al. (2025). Pemberdayaan UMKM Kuliner di Sleman melalui Penerapan Design Thinking dalam Perancangan Kemasan Produk. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(3), 799–811. <https://doi.org/10.36312/linov.v10i3.3384>
- Laksana, I., Mardiyah, S., & Rosyanafi, R. J. (2024). Peran Pelaku UMKM Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Tambaksari Selatan Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 19(1), 14. <https://doi.org/10.17977/um041v19i12024p14-30>

- Malik, Z. A., Srisusilawati, P., Silviany, I. Y., Fajaria, R. M., & Tsania, S. C. (2022). Digital Marketing in Developing Brand Awareness of MSMEs. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(2), 282–288. <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.2.282>
- Melany, Pasla, P. R. Y., Widyaningrum, S., Taneo, S. Y. M., Noya, S., & Christian, A. (2024). The Relationship between Hexa Helix and Marketing Performance of Food Product SMEs for Souvenirs: The Mediating Effect of Product Innovation and Integrated Marketing. *Quality Innovation Prosperity*, 28(3), 100–118. <https://doi.org/10.12776/qip.v28i3.2079>
- Najib, M. F., Februadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi desain kemasan (packaging) sebagai faktor peningkatan daya saing produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>
- Novita, M., Senowarsito, S., Hermana, R., & Sutomo, S. (2024). Regional empowerment through tuberose-based MSME product innovation and appropriate technology in Doplang Village. *Community Empowerment*, 9(12), 1899–1908. <https://doi.org/10.31603/ce.12358>
- Nuraeni, A., Hastati, D. Y., Ratih L, F., & Kuntari, W. (2022). Penerapan Kemasan Dan Label Untuk Produk Olahan Singkong Di Kelompok Tani Barokah. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 178–183. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3647>
- Purnama, W., Sulaeman Hariri, Z., Firda Silvia, V., Haliza Dewi, N., Ramaniya Maharani, S., Nur Aulya, F., Hawanun Azzahra, A., Amalina Putri Nugraha, R., Femilia, D., Amalia, R., Dwi Hanafian, M., Alya Nurfauziah, Z., Prastika, N., Mulyadi, A., Azzahra, N., Putra Pratama, A., Pangestu, A., Syahrani Mawarid Taslim, M., Apriyani, M., ... Mulyani, E. (2026). Inovasi Olahan Pepaya Lokal untuk Mendukung Ekonomi Rumah Tangga di Desa Ciampanan. *Catimore: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 44–51. <https://doi.org/10.56921/cpkm.v5i1.360>
- Qomariah, N., Aida, N., & Sitti Khumairoh, N. (2025). Pemberdayaan Industri Pangan Rumah Tangga Melalui Pelatihan Higienitas dan Keamanan Pangan Pada UMKM Beji Kabupaten Pasuruan. *Padma*, 5(1), 421–430. <https://doi.org/10.56689/padma.v5i1.2084>
- Qusairi, A., Arsyillah, B. T., Anwar, K., & Yakup, A. (2025). Penggunaan Metode ABCD untuk Peningkatan Partisipasi Masyarakat di Desa Tandon Sentul. *Filantropis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 89–98. <https://doi.org/10.38073/filantropis.v1i1.3443>
- Sarma, D. T. P., Purnama, S. A., Andini, P., Nata, F., Sapitri, W., Alvionah, T., Effendi, Y., Gayatri, I. A. M. E. M., & Soleh, A. (2025). Pemberdayaan UMKM Desa melalui Inovasi Produk dan Digitalisasi Pemasaran. *Jurnal Kewirausahaan & Inovasi*, 3(1), 27–30. <https://doi.org/10.37676/jkwi.v3i1.848>
- Shaiful Ashik, N. I. F., Tan, K. W., Oon, Y. B., & Ho Ai, P. (2026). The Influence of Anxiety on Cognitive Failures among Cognitive Science Undergraduate Students. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 10(7), 7990–7999. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Sholichin. (2022). Pengetahuan Dan Praktik Labelisasi Kemasan Produk Pangan Pada Produsen Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Media Informasi*, 18(1), 8–12. <https://doi.org/10.37160/bmi.v18i1.12>
- Simanungkalit, R. A., Ygo, F. I., Sidiq, H. P. A., Yanti, T. W., Marpaung, D. D., Alharits, M. A., Syahdina, A. W., Leonardo, L., Tiara, T., Aprianni, A., & Prastowo, A. Y. (2026). Penguatan Strategi Promosi dan Branding UMKM Berbasis Potensi Lokal Wilayah Sungai Lekop. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 640–659. <https://doi.org/10.53299/ba-jpm.v6i2.4146>
- South, J., Coan, S., Woodward, J., Bagnall, A. M., & Rippon, S. (2024). Asset Based Community Development: Co-Designing an Asset-Based Evaluation Study for Community Research. *SAGE Open*, 14(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/21582440241240836>
- Sunarta, S., Aryanto, A., Utami, Z. L., Dias, B., Saputra, V. A., Arifin, N., Ramadhan, A. A., Lestari, W., Addiba, M. Z., & Bilqisthy, S. A. (2026). Entrepreneurship training and mentoring for the Marsudi Luhur women farmer group. *INOTEKS: Jurnal Inovasi Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni*, 30, 14–20. <https://doi.org/10.21831/ino.v30i1.90531>
- Susanti, R., Alfiah, F., Mutia Dwi Lestari, Annisa Rahmaini, & Rivan Tauhid. (2022). Community Empowerment Through One Village One Product Based on Local Potential of Bukit Payung Village. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 348–354. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang1198>

- Suwandari, L., Rosiana, M., & Avianti, W. (2024). Improving Purchasing Decisions Through Perceived Food Quality: an Service Dominant Logic (Sdl) Approach. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 8(3), 434–450. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2024.v8.i3.6268>
- Utami, A. I. S., Rizal Rahmad Nurhafidhi, S., Winson jo, B., Novilasari, M., Munazah, M., Zahrotunnisa, Z., Luthfia Shafa, N., Mustika Ayuningtyas, L., Ingera Millennia, K., Davida Octaviana, G., & Khafsoh, K. (2025). Diversifikasi Produk Pisang UMKM Desa Wadasmalang sebagai Strategi Kemandirian Masyarakat melalui Program KKN UNS. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(4), 1038–1051. <https://doi.org/10.60004/komunita.v4i4.279>
- Wahyu, S., & Munarko, H. (2024). Sosialisasi Label dan Kemasan Pangan Kepada UMKM Kerupuk Samiler di Desa Kedungudi, Mojokerto. *DIANDRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 27–32. <https://doi.org/10.33005/diandra.v3i1.48>
- Wahyuni, W., Fauzan, S., Saputra, S. A., & Zulfia, B. (2026). Pemberdayaan Ekonomi Desa Wonosari Tugurejo Jawa Timur melalui Pelatihan Inovasi Produk Pangan Lokal Berbasis Potensi Alam. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 6(3), 2195–2206. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2347>
- Waode Kota Nianti, Nasrul, Alida Palilati, Hayat Yusuf, Yusuf, & Nofal Nur. (2024). Market Orientation and Product Innovation Impact on MSME Performance in Indonesia. *Halu Oleo Management and Business Journal*, 1(1), 27–33. <https://doi.org/10.55598/hmbj.v1i1.13>
- Ward, S. (2023). Using theory-based evaluation to understand what works in asset-based community development. *Community Development Journal*, 58(2), 206–224. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsab046>