

Pemberdayaan Masyarakat melalui Inovasi Produk Tape menjadi Dodol Tape di Dusun Segadung Desa Sempu

**Dian Apriliana^{1)*}, Saula Nova Deamita²⁾, Erlin Nisantiya³⁾, Maria Maigdalena Sani⁴⁾,
Yusup Arip⁵⁾**

¹Program Studi Akutansi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.

²Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.

^{3,5}Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.

⁴Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.

Diterima: 06 10 2026

Direvisi: 20 10 2026

Disetujui: 21 10 2026

Abstrak

Tape merupakan salah satu potensi produk lokal di Dusun Segadung, Desa Sempu, namun pemanfaatannya masih terbatas pada produk konvensional sehingga nilai tambahnya rendah. Kegiatan ini bertujuan memberdayakan masyarakat melalui pengembangan inovasi produk berbasis tape menjadi dodol tape serta meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah produk lokal. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi, pelatihan, praktik pembuatan dodol tape, pendampingan, dan evaluasi, dengan 20 peserta. Hasilnya berupa produk dodol tape beserta rancangan kemasan dan identitas merek. Dari 1 kg tape diperoleh sekitar 96 potong dodol atau 6 kemasan dengan harga jual Rp10.000 per kemasan. Estimasi pendapatan penjualan Rp60.000 dengan total biaya yang diperhitungkan Rp47.000 menghasilkan selisih Rp13.000, atau sekitar Rp2.167 per kemasan, yang belum dapat dianggap sebagai laba bersih. Berdasarkan observasi dan dokumentasi, seluruh peserta mengikuti praktik hingga produk jadi dan pengemasan. Data pre-test dan post-test tidak dikumpulkan sehingga peningkatan pengetahuan tidak dinyatakan secara terukur. Dodol tape berpotensi dikembangkan sebagai diversifikasi produk olahan tape dengan nilai tambah, yang masih perlu dibuktikan melalui data penjualan dan evaluasi lanjutan.

Kata kunci: tape, dodol tape, pemberdayaan masyarakat, diversifikasi produk, dusun segadung

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat melalui pengembangan usaha berbasis potensi lokal. Keberadaan UMKM turut membuka lapangan kerja dan menjadi sumber pendapatan masyarakat (Prasetyaningsih et al., 2025). Oleh karena itu, pemberdayaan diperlukan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui penguatan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas dalam mengelola potensi yang tersedia. Salah satu strategi pengembangan UMKM adalah inovasi produk, yaitu menciptakan variasi produk dari bahan yang telah tersedia sehingga dapat meningkatkan nilai tambah dan peluang pengembangan usaha.

Dusun Segadung, Desa Sempu memiliki potensi ekonomi lokal berupa produksi tape yang dikembangkan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, terdapat dua produsen tape dengan kapasitas produksi terbesar yang mampu menghasilkan sekitar 2-3 kwintal tape. Kapasitas tersebut menunjukkan bahwa tape memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk ekonomi lokal.

Namun, pemanfaatan tape masih menghadapi beberapa kendala. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan mitra, tape hanya dijual dalam bentuk aslinya di pasar sekitar tempat produksi dengan harga sekitar Rp5.000 per bungkus berukuran setengah

* Korespondensi Penulis. E-mail: dianapriliana114@gmail.com

Pemberdayaan Masyarakat melalui Inovasi Produk Tape menjadi Dodol Tape di Dusun Segadung Desa Sempu kilogram, tanpa diolah menjadi produk turunan. Kemasannya masih berupa plastik biasa tanpa label maupun merek sehingga produk belum memiliki identitas yang mudah dikenali konsumen, dan pengetahuan masyarakat tentang inovasi produk berbasis tape masih terbatas. Kurangnya inisiatif warga untuk berinovasi membuat potensi tape belum dimanfaatkan secara optimal. Mitra juga menyampaikan kebutuhan akan pelatihan lanjutan bagi masyarakat serta peran aktif pemerintah desa dalam bentuk pendampingan, fasilitasi, dan dukungan pemasaran produk.

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa diversifikasi olahan tape serta penguatan aspek produksi dan pemasaran dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya saing produk lokal. (Setyowati et al., 2024) melakukan pendampingan diversifikasi produk olahan tape untuk meningkatkan daya saing makanan tradisional pada UMKM, sedangkan (Rakhmadevi et al., 2024) menekankan penerapan Good Manufacturing Practice (GMP) untuk meningkatkan kualitas dodol tape. Berbeda dari fokus tersebut, kegiatan ini memadukan diversifikasi tape menjadi dodol tape dengan pengembangan identitas merek dan kemasan pada konteks UMKM lokal Dusun Segadung. Pendekatan ini menjadi unsur pembaruan karena pengolahan produk tidak berhenti pada aspek produksi, tetapi juga diarahkan pada kesiapan produk untuk dikenali dan dipasarkan.

Berdasarkan kondisi awal tersebut, permasalahan mitra dirumuskan sebagai berikut: (1) pemanfaatan tape masih didominasi penjualan dalam bentuk konvensional sehingga diversifikasi produk belum optimal; (2) pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengolah tape menjadi produk turunan bernilai tambah masih perlu diperkuat; dan (3) identitas produk, kemasan, dan pengembangan pemasaran masih sederhana. Pendekatan pemberdayaan melalui pelatihan, pendampingan, dan diversifikasi produk juga sejalan dengan Juniarti et al., (2023) yang menempatkan peningkatan kapasitas masyarakat sebagai bagian penting dalam pengembangan produk berbahan baku lokal.

Sebagai solusi, dilakukan diversifikasi tape menjadi produk olahan berupa dodol tape. Inovasi ini diharapkan dapat menghasilkan produk baru dengan nilai tambah yang lebih tinggi sekaligus memberikan alternatif pemanfaatan tape selain dalam bentuk konvensional. Masyarakat tidak hanya diberikan pengetahuan mengenai pentingnya inovasi produk, tetapi juga dilibatkan secara langsung dalam proses pengolahan, mulai dari persiapan bahan, pembuatan adonan, proses pemasakan, hingga pengemasan produk. Keterlibatan langsung tersebut diharapkan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat sehingga mereka mampu memproduksi dodol tape secara mandiri.

Penguatan inovasi produk juga relevan dengan kajian mengenai kreativitas, inovasi, dan kualitas produk sebagai faktor yang berkaitan dengan kinerja UKM (Anderson & Nur, 2023). Selain aspek produk, pengembangan pemasaran digital dapat dipertimbangkan sebagai tahap lanjutan untuk memperluas jangkauan pasar (Putri & Arif, 2023).

Secara umum, kegiatan ini bertujuan memberdayakan masyarakat melalui diversifikasi produk berbasis potensi lokal. Secara khusus, tujuan kegiatan meliputi: (1) memberikan pengetahuan mengenai inovasi dan diversifikasi produk tape; (2) melatih keterampilan peserta dalam mengolah tape menjadi dodol tape; (3) meningkatkan kemampuan peserta dalam pengemasan dan pemberian identitas produk; dan (4) menghasilkan produk olahan yang memiliki potensi nilai tambah dan peluang pemasaran

METODE

Kegiatan ini menggunakan metode partisipatif dan pelatihan dengan sasaran anggota Karang Taruna Putri dan pelaku UMKM Dusun Segadung, Desa Sempu. Kegiatan dilaksanakan pada 22 Agustus 2026, mulai pukul 09.00 WIB, di kediaman Kepala Dusun Segadung, yang dipilih sebagai pusat kegiatan belajar tingkat dusun. Peserta yang hadir dan aktif berpartisipasi berjumlah 20 orang. Kegiatan dilaksanakan dalam tujuh tahap berikut.

1. Persiapan

Tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa melakukan survei awal untuk mengidentifikasi ketersediaan bahan baku tape dan keterbatasan masyarakat dalam mengolahnya. Tim kemudian menyusun rencana kegiatan yang mencakup jadwal, materi, kebutuhan praktik, dan logistik, serta memberi informasi kepada warga tentang tujuan dan jadwal pelatihan melalui pendekatan sosial. Tim juga menyiapkan bahan yang terdiri dari tape, parutan kelapa, garam, gula, vanili, bahan-bahan untuk pengemasan yaitu kertas untuk permen, standing pouch, label dan alat praktik seperti wajan, kompor, gas, Loyang, oven.

2. Penyampaian Materi

Setelah pembukaan, tim menyampaikan materi secara sistematis tentang teknik pengolahan tape menjadi dodol tape dan pentingnya pengembangan produk berbasis potensi lokal. Materi lain yang disampaikan tentang pemasaran produk, yaitu cara memperkenalkan dan menjual produk kepada konsumen, serta pengemasan yang menarik, bersih, dan aman agar produk layak dipasarkan. Sesi ini dilengkapi diskusi dan tanya jawab.

3. Sasaran/Mitra Pengabdian

Sasaran kegiatan ini adalah anggota Karang Taruna Putri dan pelaku UMKM Dusun Segadung, Desa Sempu, dengan jumlah peserta yang hadir dan aktif berpartisipasi sebanyak 20 orang. Jumlah masing-masing kelompok tidak dapat dirinci karena pencatatan kehadiran tidak memisahkan peserta berdasarkan kelompok. Peran mitra dalam kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Dusun menyediakan kediamannya sebagai tempat kegiatan dan membantu menyampaikan informasi kepada warga.
- b. Peserta (anggota Karang Taruna Putri dan pelaku UMKM) berperan dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pada praktik pengolahan, peserta menyimak demonstrasi, lalu mempraktikkan tahapan pembuatan dodol tape dari persiapan bahan hingga produk jadi dengan pendampingan tim.

4. Demonstrasi

Tim mendemonstrasikan pembuatan dodol tape secara berurutan di depan peserta. Tim menjelaskan tujuan setiap tahap, termasuk hal yang perlu diperhatikan agar hasilnya baik dan bersih.

5. Pengembangan Nama dan Logo

Tim memfasilitasi diskusi untuk menggali keunikan produk dan merumuskan identitas merek, lalu merancang logo dengan prinsip kesederhanaan agar mudah diterapkan di berbagai media promosi. Peserta menyumbangkan gagasan nama dan karakter produk, kemudian bersama tim menyepakati nama. Tersusun identitas produk, yaitu nama "Karya Loka Segadung" yang dipilih karena mudah diucapkan dan diingat, beserta logonya.

6. Pengemasan

Tim merancang kemasan yang sesuai dengan karakter produk dengan kertas tahan minyak dan standing pouch plastik, demi kebersihan, keamanan, daya tahan, kepraktisan, dan nilai estetika. Tim kemudian mengajarkan teknik pengemasan yang menekankan kerapian dan kebersihan. Peserta mempraktikkan pengemasan dodol tape yang telah dibuat dan menempelkan identitas produk pada kemasan. Produk dikemas rapi, bersih, dan beridentitas jelas sehingga siap dipasarkan. Dari 1 kg tape dihasilkan sekitar 96 potong dodol atau 6 kemasan.

7. Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara deskriptif melalui observasi langsung selama kegiatan, penilaian hasil praktik peserta, dan dokumentasi foto. Evaluasi berupa lembar observasi. Evaluasi tidak menggunakan pre-test dan post-test, sehingga perubahan pengetahuan tidak dinyatakan secara terukur. Aspek yang dievaluasi meliputi partisipasi (kehadiran dan keaktifan bertanya atau berdiskusi), pemahaman materi (kemampuan menyebutkan

Pemberdayaan Masyarakat melalui Inovasi Produk Tape menjadi Dodol Tape di Dusun Segadung Desa Sempu urutan pembuatan dodol tape dan alasan pentingnya diversifikasi), keterampilan praktik (pelaksanaan tahapan dari persiapan bahan hingga pencetakan dengan hasil yang layak dikemas), pengembangan produk (gagasan nama dan penerapan desain kemasan), serta kesiapan pemasaran (kemasan rapi, bersih, tertutup rapat, dan memuat nama atau logo produk).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi mitra dalam pengembangan usaha, meliputi aspek produksi, pemasaran, dan kemasan. Pada aspek produksi, mitra sebelumnya hanya mengolah dan menjual tape sebagai produk konvensional sehingga variasi produk yang ditawarkan masih terbatas. Padahal, diversifikasi produk dapat menjadi strategi untuk meningkatkan nilai tambah bahan baku sekaligus memperluas pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan (Perdanawati et al., 2023) menjelaskan bahwa pengolahan agroindustri lanjutan, dalam kajiannya pada usaha dodol, dikembangkan untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan inovasi produk, dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Oleh karena itu, inovasi pengolahan tape menjadi dodol tape dipilih sebagai upaya untuk mengatasi keterbatasan variasi produk dan mendukung pengembangan usaha mitra.

Pada aspek pemasaran, produk mitra masih dipasarkan secara sederhana dan belum memiliki identitas produk yang kuat. Pengembangan identitas merek melalui pemberian nama produk dan pembuatan logo diperlukan agar produk memiliki karakteristik yang lebih jelas serta berpotensi meningkatkan daya tarik di pasar. Sementara itu, pada aspek kemasan, mitra masih menggunakan kemasan sederhana yang belum sepenuhnya mendukung tampilan dan daya saing produk. Padahal, kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga berperan sebagai media penyampaian informasi dan promosi. Kondisi awal tersebut, yaitu tape dijual dalam bentuk aslinya di pasar sekitar tempat produksi dengan harga sekitar Rp5.000 per setengah kilogram dan dikemas dengan plastik biasa tanpa label atau merek, menjadi pembanding bagi capaian kegiatan yang dibahas pada subbagian berikutnya.

Inovasi yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah mengolah tape menjadi Dodol Tape. Bahan yang digunakan cukup sederhana, yaitu tape, kelapa, gula, vanili dan garam serta oven yang digunakan dalam proses pengeringan atau pematangan produk. Proses pembuatan dimulai dengan memisahkan tape dengan serat-serat yang ada di tengah, kemudian tape dimasak bersama gula. Sementara itu, kelapa terlebih dahulu disangrai hingga matang dan harum. Setelah kelapa sangrai siap, kelapa tersebut dimasukkan ke dalam adonan tape dan gula ditambah dengan 2 bungkus vanili dan 1 sendok teh garam. Selanjutnya, semua bahan dimasak dan diaduk bersama selama 45 menit hingga menjadi adonan dodol yang matang dan memiliki tekstur yang sesuai. Adonan kemudian didinginkan selama 15 menit lalu di masukkan ke dalam oven selama 25 menit guna menghilangkan kadar air yang tersisa pada adonan. Setelah matang, dodol tape didinginkan, dipotong sesuai ukuran, dan dikemas. Dengan adanya proses pengolahan tersebut, tape yang sebelumnya hanya dijual sebagai produk konvensional dapat dikembangkan menjadi dodol tape yang memiliki bentuk, rasa, kemasan, dan nilai jual yang berbeda.



Gambar 1. Proses Pembuatan dan Pengemasan Dodol Tape

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, kegiatan pembuatan dodol tape dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan anggota kelompok Karang Taruna Putri dan pelaku UMKM. Peserta terlibat langsung dalam proses pengolahan bahan baku melalui kegiatan persiapan bahan, pencampuran, pemasakan, dan pengadukan adonan, memperlihatkan peserta mempraktikkan pengemasan dodol tape, disertai produk, kemasan, dan perlengkapan yang digunakan selama kegiatan. Dokumentasi ini menunjukkan keterlibatan peserta dalam rangkaian pengembangan produk. Namun, capaian berupa peningkatan keterampilan maupun nilai jual masih perlu didukung hasil evaluasi atau data yang relevan

Selain melakukan inovasi produk, kegiatan juga dilakukan dengan memperbaiki kemasan dan branding. Sebelum dilakukan pengembangan, produk hanya berupa tape dengan kemasan sederhana dan belum memiliki identitas yang jelas. Setelah dilakukan inovasi, produk dikembangkan menjadi dodol tape yang dilengkapi dengan nama produk, logo, dan kemasan yang lebih menarik. Kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk sekaligus menjadi media promosi. Sementara itu, branding dapat membantu produk UMKM agar lebih mudah dikenali dan memiliki pembeda dari produk lainnya (Wibisono et al., 2022). Berdasarkan pendapat tersebut, pengembangan kemasan pada produk dodol tape dilakukan dengan memberikan identitas produk melalui nama dan logo. Kemasan juga dibuat lebih rapi dan menarik sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen

Bagi peserta, kegiatan ini memperluas pengalaman praktik yang sebelumnya terbatas pada pembuatan dan penjualan tape. Dalam kegiatan, peserta mempraktikkan pengolahan tape menjadi dodol tape serta pengemasannya. Pendampingan dalam pembuatan kemasan dapat membantu pelaku usaha mengembangkan keterampilan pengemasan produk. Sejalan dengan hal tersebut, kegiatan ini dilakukan melalui praktik langsung, mulai dari pembuatan dodol tape, penentuan ukuran produk, hingga pengemasan (Kartika et al., 2022).

Dibandingkan dengan kondisi awal, pada aspek produksi mitra yang sebelumnya hanya menjual tape dalam bentuk aslinya kini memiliki produk turunan, yaitu dodol tape, yang dari 1 kg tape menghasilkan sekitar 96 potong atau 6 kemasan. Pada aspek kemasan, plastik biasa tanpa label diganti dengan rancangan kemasan kertas tahan minyak dan standing pouch. Pada aspek pemasaran, produk yang sebelumnya tidak bermerek kini memiliki nama "Karya Loka Segadung" beserta logo. Perubahan tersebut menjadi modal awal bagi mitra untuk memasarkan produk yang lebih beragam dan mudah dikenali, tetapi dampaknya terhadap penjualan masih perlu dibuktikan melalui pencatatan transaksi. Dengan demikian, kegiatan menjawab ketiga permasalahan awal mitra pada tingkat luaran, sedangkan pengaruhnya terhadap kapasitas dan pendapatan mitra masih perlu diuji.

Inovasi pengolahan tape menjadi dodol tape merupakan upaya diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah bahan baku dan membuka peluang pengembangan usaha mitra. Sebelum kegiatan dilaksanakan, tape dipasarkan dalam bentuk konvensional dengan harga jual sekitar Rp10.000 per kg (Rp5.000 per setengah kilogram). Melalui kegiatan pengabdian ini, tape diolah menjadi dodol tape yang memiliki bentuk, karakteristik, dan kemasan berbeda. Selain inovasi produk, kegiatan ini juga mencakup pengembangan identitas produk melalui pembuatan nama merek dan logo serta perbaikan kemasan agar produk lebih menarik dan mudah dikenali konsumen. Capaian tersebut menunjukkan adanya pengembangan produk dan identitas pemasaran, tetapi belum dapat diartikan sebagai peningkatan penjualan atau pendapatan karena belum didukung oleh data transaksi sebelum dan sesudah kegiatan. Sejalan dengan (Perdanawati et al., 2023), pengolahan bahan baku menjadi produk turunan dapat menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan nilai tambah dan membuka peluang pemasaran.

Berdasarkan perhitungan biaya produksi, pengolahan 1 kg tape membutuhkan biaya bahan baku sebesar Rp10.000, yang mengacu pada harga jual tape di tingkat mitra sebesar Rp10.000 per kg sehingga merepresentasikan nilai bahan baku yang digunakan, dan biaya bahan tambahan (kelapa, gula, vanili, dan garam) serta kemasan sebesar Rp37.000. Dengan demikian, total biaya produksi yang diperhitungkan mencapai Rp47.000. Dari bahan tersebut diperoleh 6 kemasan dodol tape, masing-masing berisi 16 potong, sehingga total hasil produksi mencapai 96 potong. Apabila seluruh kemasan terjual dengan harga Rp10.000 per kemasan, pendapatan penjualan yang berpotensi diperoleh sebesar Rp60.000. Setelah dikurangi biaya produksi yang telah diperhitungkan, diperoleh selisih sebesar Rp13.000 atau sekitar Rp2.166,67 per kemasan. Dalam perhitungan ini, biaya produksi (Rp47.000), pendapatan penjualan (Rp60.000), dan selisih keduanya (Rp13.000) dibedakan. Perhitungan tersebut merupakan estimasi berdasarkan komponen biaya yang dicantumkan, bukan bukti keuntungan aktual yang telah diterima mitra. Nilai tersebut juga belum dapat dianggap sebagai laba bersih apabila masih terdapat biaya lain yang belum diperhitungkan, seperti tenaga kerja, bahan bakar, listrik, transportasi, dan biaya operasional lainnya. Selain itu, daya simpan dodol tape sekitar satu bulan merupakan target pengembangan produk dan belum dibuktikan melalui pengujian, sehingga aspek mutu dan keamanan pangannya masih memerlukan pengujian lebih lanjut sebelum dapat dinyatakan sebagai daya simpan produk.

Tabel 1. Perhitungan Nilai Tambah Produk

No.	Komponen	Dasar Perhitungan	Nilai
1	Bahan baku tape	1 kg × Rp 10.000 (harga jual tape mitra)	Rp 10.000
2	Bahan tambahan & kemasan	Kelapa, gula, vanili, garam, kemasan	Rp 37.000
3	Total biaya produksi yang diperhitungkan	Rp 10.000 + Rp 37.000	Rp 47.000
4	Hasil produksi	6 kemasan × 16 potong	96 potong
5	Potensi pendapatan penjualan	6 kemasan × Rp 10.000	Rp 60.000
6	Estimasi selisih pendapatan dan biaya (bukan laba bersih)	Rp 60.000 – Rp 47.000	Rp 13.000
7	Estimasi selisih per kemasan	Rp 13.000 ÷ 6 Kemasan	Rp 2.166,67
8	Biaya yang belum diperhitungkan	Tenaga kerja, gas, listrik oven, transportasi	Belum dihitung

Dari aspek pengembangan usaha, inovasi dodol tape memberikan alternatif produk yang dapat dipasarkan selain tape konvensional. Penggunaan nama merek, logo, dan kemasan yang lebih informatif juga menjadi langkah awal dalam membangun identitas produk. Selain itu, produk dodol tape ditargetkan memiliki daya simpan hingga satu bulan. Target tersebut berpotensi memberikan fleksibilitas dalam penyimpanan dan pemasaran, tetapi perlu dikonfirmasi melalui pengujian daya simpan untuk memastikan keamanan dan mutu produk selama periode tersebut. Dengan demikian, hasil kegiatan menunjukkan adanya pengembangan bentuk produk, keterampilan praktis peserta, dan identitas pemasaran. Sementara itu, peningkatan penjualan, pendapatan, serta daya simpan aktual masih memerlukan pembuktian lebih lanjut.



Gambar 2. Proses Pembuatan dan Pengemasan Dodol Tape

Gambar 2 menunjukkan dokumentasi bersama peserta setelah kegiatan pengolahan dodol tape sebagai bukti keterlibatan kelompok Karang Taruna Putri dan pihak lain yang berpartisipasi. Keberlanjutan program selanjutnya perlu didukung penerapan keterampilan yang diperoleh, pengembangan identitas produk, serta perbaikan kemasan dan pemasaran secara bertahap.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, capaian program ditunjukkan melalui keterlibatan 20 peserta, pelaksanaan praktik pembuatan dodol tape, serta tersedianya nama merek, logo, dan kemasan sebagai langkah awal membangun identitas produk. Capaian tersebut berupa luaran produk olahan dan sarana pendukung pemasaran. Peningkatan pengetahuan atau keterampilan peserta belum dapat dinyatakan dalam bentuk persentase karena tidak tersedia data pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan. Demikian pula, peningkatan penjualan dan pendapatan belum dapat disimpulkan karena belum ada perbandingan data transaksi sebelum dan sesudah program.

Dari aspek pengembangan usaha, inovasi pengolahan tape menjadi dodol tape memberikan alternatif produk yang dapat dikembangkan oleh mitra selain menjual tape dalam bentuk konvensional. Penggunaan identitas merek dan kemasan yang lebih menarik berpotensi mendukung pengenalan produk kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan Aldebaran et al., (2024), yang membahas pengembangan kemasan dan branding sebagai bagian dari upaya pemasaran produk. Meskipun demikian, manfaat tersebut perlu dipahami sebagai potensi pengembangan pemasaran dan belum menjadi bukti peningkatan penjualan pada mitra dalam kegiatan ini.

Keberlanjutan program direkomendasikan melalui beberapa upaya yang dapat diterapkan oleh mitra setelah pendampingan berakhir. Pertama, mitra dapat melanjutkan produksi dodol tape secara mandiri dengan menggunakan resep, takaran bahan, dan tahapan pengolahan yang telah dipraktikkan selama kegiatan. Kedua, konsistensi mutu perlu dijaga melalui penggunaan bahan baku yang layak, penerapan proses produksi yang higienis, serta

JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 3, No.3, November 2026: 280-288

Pemberdayaan Masyarakat melalui Inovasi Produk Tape menjadi Dodol Tape di Dusun Segadung Desa Sempu pengendalian rasa, tekstur, dan ukuran produk. Ketiga, penentuan harga jual perlu didasarkan pada perhitungan biaya bahan baku, bahan tambahan, kemasan, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya agar harga yang ditetapkan dapat menutup biaya produksi serta memberikan keuntungan yang wajar. Keempat, pemasaran dapat dikembangkan secara bertahap melalui penjualan langsung di lingkungan sekitar, pemanfaatan media sosial, dan promosi dari mulut ke mulut. Sejalan dengan (Perdanawati et al., 2023), inovasi produk dan pengembangan kemasan dapat menjadi bagian dari strategi pengembangan usaha.

Rencana tindak lanjut ini disusun berdasarkan kebutuhan yang disampaikan mitra, yaitu pelatihan lanjutan serta dukungan pemerintah desa berupa pendampingan, fasilitasi, dan pemasaran produk. Kepala Dusun dan Ketua Karang Taruna Putri mengoordinasikan peserta dan jadwal produksi; pelaku UMKM melaksanakan produksi dan menjaga konsistensi mutu sesuai resep yang telah dipraktikkan; pemerintah desa membantu pendampingan dan pemasaran; sedangkan tim pengabdian dapat menyusun panduan sederhana resep dan takaran serta format pencatatan biaya dan penjualan. Seluruh rencana ini merupakan rekomendasi keberlanjutan dan belum merupakan kesepakatan atau kegiatan lanjutan yang telah terlaksana.

KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui inovasi produk UMKM berbasis potensi lokal di Dusun Segadung, Desa Sempu, telah terlaksana melalui praktik pengolahan tape menjadi dodol tape yang melibatkan 20 peserta. Capaian kegiatan meliputi dihasilkannya produk olahan baru, pengembangan identitas produk berupa nama merek dan logo, serta penyusunan kemasan yang mendukung pengenalan produk kepada konsumen. Namun, peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta serta dampak terhadap penjualan dan pendapatan belum dapat diukur secara kuantitatif karena belum dilakukan evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan maupun pemantauan transaksi penjualan.

Keberlanjutan program direkomendasikan melalui pendampingan produksi mandiri, pengendalian mutu, penguatan identitas merek, dan perluasan pemasaran. Daya simpan produk yang ditargetkan hingga satu bulan juga masih perlu dibuktikan melalui pengujian mutu dan keamanan pangan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan mencakup pengujian daya simpan secara terukur, pendampingan pemenuhan legalitas usaha dan perizinan pangan sesuai ketentuan yang berlaku, serta evaluasi pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldebaran, A. Y., Fatmala, S., & As, A. (2024). Pengembangan Branding Produk Tape Singkong dalam Meningkatkan UMKM di Desa Pendem Development of Cassava Tape Product Branding in Improving MSMEs in Pendem Village. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 191–199. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i2.15411>
- Anderson, J., & Nur, H. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Ukm. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(01), 185–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Juniarti, A. T., Setia, B. I., Pangestu, E. S. R., Alghifari, E. S., & Sari, L. M. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan, Pendampingan, dan Pengembangan Diversifikasi Produk Berbahan Baku Singkong. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3055. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i4.15463>

- Kartika, R. N., Kusumantoro, H., & Djonaedi, E. (2022). Pendampingan Pembuatan Kemasan Primer dan Sekunder Untuk UMKM Dodol Betawi. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 6(1), 62–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/abadimas.v6.i01.a4717>
- Perdanawati, A. M., Sumantri, K., & Sulaksana, J. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Dodol Dodol Processing Business Development Strategy. *Journal of Sustainable Agribusiness*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.31949/jsa.v2i1.5875>
- Prasetyaningsih, I. W., Ulansari, E. L., Ratnasari, I., & Sari, N. E. (2025). Peran Koperasi dan UMKM dalam Mendorong Inovasi Ekonomi Di Indonesia. *Edunomia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 85–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.24127/edunomia.v5i2.7879>
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Rakhmadevi, A. G., Fadhila, P. T., Nurwahyuningsih, & Mardiyanto, M. (2024). Penerapan GMP (Good Manufacturing Practice) dalam Peningkatan Kualitas Dodol Tape di UMKM Raja Tape Kabupaten Bondowoso. *Jatimas : Jurnal Pertanian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 75–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.30737/jatimas.v4i1.5616>
- Setyowati, T., Prayuginingsih, H., Sumowo, S., & Nevia, Y. I. (2024). Pendampingan Diversifikasi Produk Olahan Tape dalam Meningkatkan Daya Saing Makanan Tradisional Pada UMKM UD Mutiara Rasa di Desa Pancakarya , Abstrak Pendahuluan Tape adalah makanan tradisional yang populer di Pulau Jawa . Berdasarkan bahan bakunya , ter. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 5(2), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/manage.v5i2.1684>
- Wibisono, N., Setiawati, L., & Lasambouw, C. M. (2022). Perancangan Desain Kemasan Inovatif dan Berdaya Saing Untuk Produk Tape Ketan " Rasa Manis " Sebagai Media Promosi. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(1), 63–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.31940/jbk.v18i1.63-71>