

Penerapan Teknologi Produksi dan Pemasaran Digital pada Home Industri Kerupuk Gendar Next GEN-DAR di Magetan***Implementation of Production Technology and Digital Marketing in the Next GEN-DAR Gendar Cracker Home Industry in Magetan*****Hari Murti, Herny Februariyanti*, Imam Husni Al Amin**

Universitas Stikubank

Jl. Kendeng V Bendan Ngisor, Gajahmungkur, Semarang 50233

*Email: heryfeb@edu.unisbank.ac.id

(Diterima 28-07-2026; Disetujui 03-09-2026)

ABSTRAK

Home industri kerupuk gendar Next GEN-DAR di Desa Sukowinangun, Kabupaten Magetan, menghadapi kendala berupa pengadukan dan pemotongan adonan secara manual, kemasan yang belum memiliki identitas kuat, serta pemasaran yang masih berorientasi lokal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kesiapan produksi dan daya saing mitra melalui penerapan teknologi tepat guna, inovasi kemasan, dan pemasaran digital. Program dilaksanakan pada 12-14 Juni 2026 menggunakan pendekatan partisipatif melalui FGD dan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, evaluasi praktik, dan rencana keberlanjutan. Teknologi yang diterapkan meliputi mesin pengaduk adonan gendar, mesin pemotong gendar, dan alat press kemasan. Intervensi nonfisik mencakup penyusunan logo dan label Next GEN-DAR, pembuatan akun Instagram dan TikTok, serta pelatihan pembuatan konten. Data diperoleh melalui observasi proses, FGD, praktik langsung, wawancara, dan dokumentasi, kemudian data dianalisis secara deskriptif untuk memetakan kondisi awal, output kegiatan, perubahan kemampuan dasar, dan kesiapan adopsi teknologi oleh mitra. Hasil menunjukkan bahwa mitra telah memperoleh akses terhadap tiga perangkat produksi dan pengemasan, mampu melakukan pengoperasian dasar dengan pendampingan, memahami fungsi kemasan sebagai pelindung dan media komunikasi, serta memiliki kanal pemasaran digital yang aktif. Program juga menghasilkan video impact dan publikasi media massa. Dampak kuantitatif terhadap kapasitas, waktu proses, dan penjualan masih memerlukan monitoring beberapa siklus produksi.

Kata kunci: kerupuk gendar; teknologi tepat guna; kemasan; pemasaran digital; home industri

ABSTRACT

The Next GEN-DAR gendar cracker home industry in Sukowinangun Village, Magetan Regency, faced manual dough mixing and cutting, weak product identity, and locally oriented marketing. This community service program aimed to improve production readiness and competitiveness through appropriate technology, packaging innovation, and digital marketing. The program was conducted on 12-14 June 2026 using a participatory approach comprising focus group discussion and socialization, training, technology implementation, practice evaluation, and sustainability planning. The technologies consisted of a gendar dough mixer, a gendar cutting machine, and a packaging heat sealer. Non-physical interventions included the development of the Next GEN-DAR logo and label, the establishment of Instagram and TikTok accounts, and content-production training. The data were analyzed descriptively to describe the initial conditions, program outputs, changes in basic skills, and the partner's readiness to adopt the introduced technologies. The results indicate that the partner gained access to three production and packaging devices, acquired basic operating skills with initial assistance, understood packaging as both protection and communication, and obtained active digital marketing channels. The program also produced an impact video and a mass-media publication. Quantitative effects on capacity, processing time, and sales require monitoring across several comparable production cycles.

Keywords: gendar crackers; appropriate technology; packaging; digital marketing; MSME empowerment

PENDAHULUAN

Usaha mikro dan lokal rumah tangga pangan memiliki peran penting dalam mempertahankan produk lokal, menyediakan lapangan kerja, dan menggerakkan ekonomi keluarga. Keberlanjutan industri kecil yang bertahan lintas generasi juga memerlukan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan ekonomi, sosial, dan teknologi (Charina et al., 2023). Namun, usaha

pangan tradisional sering menghadapi keterbatasan teknologi produksi, standardisasi proses, kemasan, dan akses pasar. Kendala tersebut saling berkaitan: peningkatan promosi tanpa kesiapan produksi dapat menimbulkan kesulitan memenuhi permintaan, sedangkan peningkatan kapasitas tanpa perbaikan kemasan dan pemasaran belum tentu menghasilkan nilai tambah. Oleh karena itu, pemberdayaan yang mengintegrasikan aspek produksi dan pemasaran menjadi lebih relevan daripada intervensi yang berdiri sendiri.

Next GEN-DAR merupakan home industri kerupuk gendar di Desa Sukowinangun, Kabupaten Magetan. Usaha keluarga ini melibatkan lima tenaga kerja lokal dan mempertahankan pengetahuan produksi yang diwariskan. Data awal mitra menunjukkan kapasitas sekitar 14 kg per hari. Pengadukan adonan dilakukan pada wadah besar dengan tenaga manual, sedangkan pemotongan menggunakan pisau biasa dan dapat memerlukan 2-3 jam per siklus. Variasi tekanan, ketajaman pisau, ritme kerja, dan kelelahan operator menyebabkan ukuran potongan belum konsisten. Kondisi tersebut menjadi semakin penting karena sebagian pekerja berusia lanjut dan pekerjaan berulang menimbulkan beban fisik.

Penerapan teknologi tepat guna pada UMKM pangan perlu disesuaikan dengan karakter bahan, skala produksi, kemampuan operator, keamanan, dan kemudahan perawatan. Pengalaman pengabdian pada usaha abon, sambal, dan makanan ringan menunjukkan bahwa mekanisasi sederhana dapat mengurangi pekerjaan manual, meningkatkan keteraturan proses, dan memberi kesempatan pekerja melakukan aktivitas lain (Manurung et al., 2024; Taufiq et al., 2024; Kusumaningtyas et al., 2025). Teknologi tidak cukup hanya diserahkan, tetapi harus diikuti demonstrasi, praktik, SOP, pembersihan, dan pendampingan agar dapat menjadi bagian dari rutinitas usaha.

Permasalahan hilir Next GEN-DAR terlihat pada kemasan dan identitas produk. Kemasan sebelumnya didominasi plastik polos dan besek, sedangkan unsur logo, komposisi, berat bersih, identitas produsen, tanggal produksi, petunjuk penyimpanan, dan kanal pemesanan belum dikelola secara konsisten. Kemasan pangan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga melindungi produk, memudahkan distribusi, menyampaikan informasi, dan membentuk persepsi konsumen. Pendampingan desain kemasan terbukti membantu UMKM memahami diferensiasi produk dan meningkatkan kesiapan memasuki pasar yang lebih luas (Hartanti & Nurviana, 2020; Najib et al., 2022; Bahri et al., 2023; Arif et al., 2024).

Di sisi pemasaran, penggunaan media sosial memberi peluang memperluas komunikasi dengan konsumen tanpa membutuhkan infrastruktur penjualan yang besar. Meskipun demikian, pembentukan akun tidak otomatis menghasilkan manfaat. Pemilik usaha membutuhkan pemahaman mengenai profil bisnis, foto dan video, pesan promosi, ajakan bertindak, konsistensi unggahan, respons pelanggan, serta evaluasi insight. Penelitian dan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa manfaat digital dipengaruhi kesiapan teknologi, kemampuan pemilik, persepsi kemudahan, dan keberlanjutan penggunaan (Rahayu & Day, 2017; Purwana et al., 2017; Priyono et al., 2020; Trinugroho et al., 2022; Agustina et al., 2023; Ariyati et al., 2024; Tatik & Setiawan, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian dirancang untuk menerapkan mesin pengaduk adonan gendar, mesin pemotong gendar, dan alat press kemasan, sekaligus memperkuat logo, label, serta pemasaran melalui Instagram dan TikTok. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan kemampuan awal mitra dalam mengoperasikan teknologi, memperbaiki kesiapan kemasan dan identitas produk, serta membangun kanal promosi digital yang dapat dikelola secara berkelanjutan.

BAHAN DAN METODE

Lokasi, Waktu, dan Kelompok Sasaran

Kegiatan dilaksanakan di tempat produksi Next GEN-DAR, Desa Sukowinangun, Kabupaten Magetan, pada 12, 13, dan 14 Juni 2026. Kelompok sasaran terdiri atas pemilik usaha, anggota keluarga yang terlibat, dan tenaga kerja Next GEN-DAR sebanyak 5 orang. Lokasi usaha dipilih sebagai tempat pelatihan agar proses belajar berlangsung pada kondisi nyata, menggunakan bahan, alur kerja, ruang produksi, dan kebiasaan mitra sehari-hari.

Pendekatan yang digunakan adalah pemberdayaan partisipatif. Mitra tidak ditempatkan sebagai penerima alat, tetapi sebagai sumber informasi dan pelaku utama penerapan. Tim memfasilitasi pemetaan masalah, demonstrasi, praktik, pengembangan kemasan, dan pengelolaan media sosial. Mitra menyediakan lokasi dan bahan praktik, menjelaskan karakter adonan, mencoba perangkat, memberi masukan, serta menentukan penanggung jawab penggunaan alat dan akun digital.

Tahapan Pelaksanaan

Program menggunakan lima tahapan yang saling berhubungan, yaitu: (1) FGD dan sosialisasi untuk memverifikasi kondisi dan prioritas; (2) pelatihan penggunaan mesin pengaduk dan mesin pemotong; (3) pelatihan packaging, penggunaan alat press; (4) pelatihan pemasaran melalui Instagram dan TikTok; serta (5) monitoring, evaluasi, dan rencana keberlanjutan. Alur tahapan ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Program Pengabdian

Teknologi, Bahan, dan Materi Pelatihan

Teknologi produksi terdiri atas mesin pengaduk adonan gendar dengan wadah kontak pangan berbahan stainless steel dan penggerak motor, serta mesin pemotong gendar dengan bagian pengarah bahan, pisau potong, dan penggerak listrik. Spesifikasi operasional mengikuti unit aktual dan nameplate alat. Alat press kemasan digunakan untuk menghasilkan penutupan plastik yang lebih rapat dan rapi. Bahan praktik berupa adonan gendar sesuai resep mitra, produk kerupuk, plastik kemasan, label kemasan, telepon genggam, dan akses internet.

Materi pelatihan mesin mencakup pengenalan komponen, pemeriksaan sebelum operasi, urutan penggunaan, titik bahaya, penghentian, pembersihan, dan pemeriksaan hasil. Materi packaging mencakup fungsi kemasan primer, kerapian pengisian, teknik sealing, elemen label, dan konsistensi identitas. Materi digital meliputi pengaturan profil akun, pengambilan foto dan video, pilar konten, caption, ajakan bertindak, tagar, respons konsumen.

Pengumpulan dan Analisis Data

Data dikumpulkan melalui observasi proses awal, FGD, wawancara, dokumentasi foto dan video, lembar kehadiran, serta observasi praktik. Evaluasi proses menilai keterlaksanaan kegiatan dan partisipasi. Evaluasi output menilai ketersediaan alat, akun, logo, label, serta kemampuan dasar melakukan langkah operasi. Evaluasi outcome jangka pendek diarahkan pada perubahan cara kerja dan kesiapan mitra, sedangkan outcome kuantitatif berupa waktu proses, kapasitas, keseragaman, jangkauan digital, dan penjualan ditempatkan sebagai agenda monitoring karena memerlukan beberapa siklus yang setara.

Data dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum program dan keadaan setelah pelatihan. Analisis tidak menggunakan klaim persentase peningkatan karena belum tersedia rangkaian pengukuran berulang. Indikator yang digunakan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Evaluasi Program

Aspek	Indikator proses/output	Indikator monitoring lanjutan
Produksi	Mitra mengikuti praktik dan mampu menjalankan langkah dasar alat.	Waktu pengadukan/pemotongan, volume per batch, keseragaman, kendala, dan frekuensi penggunaan.
Kemasan	Alat press digunakan; logo dan label tersedia; mitra memahami elemen label.	Kegagalan seal, respons konsumen, dan konsistensi penggunaan identitas.
Pemasaran digital	Akun Instagram dan TikTok tersedia; mitra melakukan praktik konten.	Frekuensi unggahan, jangkauan, interaksi, pesan masuk, sumber pesanan, dan konversi.
Keberdayaan	Terjadi perubahan dari belum mengenal alat menuju mampu dengan pendampingan.	Jumlah operator mandiri, pemecahan kendala, dan penggunaan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal dan Penetapan Prioritas

FGD dan sosialisasi menjadi tahap penting untuk memastikan teknologi sesuai dengan kebutuhan mitra. Diskusi mengonfirmasi bahwa hambatan utama bukan pada resep atau penerimaan produk lokal, melainkan pada beban pengadukan, lamanya pemotongan, variasi ukuran, kemasan yang belum informatif, dan pemasaran yang bergantung pada pelanggan sekitar. Mitra juga menekankan bahwa alat harus mudah digunakan oleh pekerja, mudah dibersihkan, tidak mengubah karakter adonan, dan tidak menambah prosedur yang terlalu rumit.

Pada tahap ini disepakati bahwa program harus menghubungkan tiga bagian usaha. Pertama, teknologi produksi untuk mengurangi pekerjaan manual dan membantu keteraturan hasil. Kedua, kemasan dan identitas untuk menjaga produk sekaligus membedakan merek. Ketiga, media sosial untuk memperkenalkan proses dan produk kepada konsumen baru. Kesepakatan tersebut mencegah solusi parsial, misalnya promosi yang meningkat tanpa kesiapan produksi atau pembelian alat tanpa strategi pemanfaatan hasil.



Gambar 2. FGD dan Sosialisasi Kegiatan Bersama Mitra Next GEN-DAR
Sumber: Dokumentasi Tim PKM (2026)

Tabel 2. Kondisi Awal, Intervensi, dan Output Langsung			
Bidang	Kondisi awal	Intervensi	Output langsung
Pengadukan	Manual pada wadah besar; membutuhkan tenaga dan ritme operator.	Penerapan mesin pengaduk dan praktik operasi.	Unit tersedia; mitra mengenal urutan penggunaan, penghentian, dan pembersihan.
Pemotongan	Menggunakan pisau biasa; ukuran belum seragam dan proses lama.	Penerapan mesin pemotong dan latihan pengaturan bahan.	Unit tersedia; mitra melakukan praktik dasar dan pemeriksaan hasil.
Pengemasan	Plastik/besek; seal dan informasi produk belum konsisten.	Pelatihan packaging, alat press, logo, dan label.	Alat press, logo, dan label Next GEN-DAR tersedia.
Pemasaran	Lokal dan langsung; akun usaha belum dikelola terstruktur.	Pembuatan akun serta pelatihan TikTok dan Instagram.	Akun bisnis tersedia dan dapat digunakan sebagai kanal promosi/pemesanan.

Sumber: Hasil Observasi dan Dokumentasi Kegiatan (2026)

Penerapan Mesin Pengaduk dan Mesin Pemotong Gendar

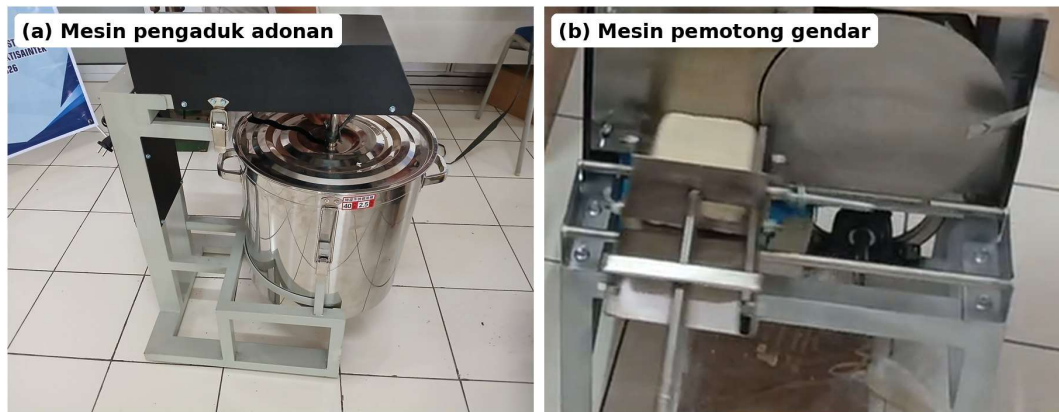
Mesin pengaduk dan mesin pemotong yang diterapkan merupakan unit yang telah selesai dibuat, bukan sebatas rancangan. Mesin pengaduk digunakan untuk membantu pencampuran adonan melalui gerak mekanis yang lebih stabil. Mesin pemotong digunakan untuk membantu proses pemotongan yang sebelumnya dilakukan satu per satu dengan pisau. Kedua unit aktual ditunjukkan pada Gambar 3.

Pelatihan diawali dengan identifikasi bagian alat, sumber daya, tombol kendali, bagian bergerak, dan titik yang tidak boleh disentuh ketika mesin aktif. Pada mesin pengaduk, mitra mempraktikkan penempatan bahan, pengamatan tekstur, penghentian, pengeluaran hasil, dan pembersihan wadah. Pada mesin pemotong, mitra mempraktikkan penempatan adonan, arah masuk bahan, pengambilan

potongan, dan pemeriksaan hasil. Kecepatan tidak dijadikan sasaran pertama; stabilitas proses dan keselamatan didahulukan.

Hasil utama pada tahap ini adalah terjadinya transfer kemampuan dari demonstrasi menuju praktik. Mitra tidak hanya melihat mesin bekerja, tetapi mencoba dan memberi umpan balik berdasarkan karakter adonan. Pola ini konsisten dengan pengabdian teknologi tepat guna pada UMKM pangan yang menekankan bahwa keberhasilan alat dipengaruhi oleh kesesuaian dengan proses, kemampuan operator, dan pendampingan penggunaan (Manurung et al., 2024; Taufiq et al., 2024; Hapsari et al., 2026). Penerapan mesin juga membuka peluang membagi pekerjaan secara lebih baik karena sebagian tenaga dapat dialihkan ke penyiapan bahan, pengeringan, atau pengemasan.

Meskipun demikian, peningkatan kapasitas dan efisiensi belum dinyatakan dalam persentase. Pengukuran yang sah membutuhkan perbandingan beberapa batch dengan berat bahan dan kondisi yang sebanding. Monitoring diarahkan untuk mencatat waktu, volume, jumlah potongan tidak sesuai, waktu pembersihan, konsumsi energi bila tersedia, serta kendala operator. Pendekatan ini menjaga agar kesimpulan produktivitas didasarkan pada data, bukan hanya kesan saat pelatihan.



Gambar 3. Teknologi Produksi yang Diterapkan: Mesin Pengaduk Adonan dan Mesin Pemotong Gendar.

Sumber: Dokumentasi Tim PKM (2026)



Gambar 4. Praktik Penggunaan Mesin Produksi dan Alat Press Kemasan.

Sumber: Dokumentasi tim PKM (2026)

Packaging, Logo, Label, dan Alat Press Kemasan

Perbaikan kemasan diarahkan pada dua fungsi sekaligus, yaitu perlindungan produk dan komunikasi merek. Mitra mempelajari cara mengisi kemasan secara rapi, menjaga area *sealing* tetap bersih, menentukan posisi penutupan, dan memeriksa hasil press. Alat press yang diserahkan membantu menghasilkan penutupan plastik yang lebih seragam dibandingkan penutupan sederhana. Penggunaan alat ini perlu diikuti pengaturan waktu pemanasan yang sesuai dengan ketebalan plastik agar seal kuat tanpa merusak kemasan.

Program menghasilkan logo Next GEN-DAR dan label kemasan sebagai identitas yang dapat digunakan secara konsisten. Label diarahkan memuat nama produk, berat bersih, komposisi, identitas produsen, kontak, informasi produksi atau kedaluwarsa sesuai data yang dimiliki, serta kanal media

sosial. Tim menekankan agar mitra tidak mencantumkan klaim kesehatan, kandungan gizi, masa simpan, atau legalitas yang belum didukung pengujian dan dokumen.

Perubahan cara pandang mitra merupakan luaran penting. Kemasan tidak lagi dipahami hanya sebagai wadah angkut, tetapi sebagai bagian dari mutu, kepercayaan, dan diferensiasi. Temuan ini sejalan dengan Hartanti dan Nurviana (2020), Najib et al. (2022), Bahri et al. (2023), Arif et al. (2024), dan Rosari et al. (2025), yang menunjukkan bahwa pelatihan kemasan membantu UMKM memperhatikan bahan, bentuk, informasi, dan konsistensi merek. Penggunaan sealer pada produk pangan juga relevan untuk memperbaiki kerapian dan kesiapan distribusi, sebagaimana penerapan spinner dan portable sealer pada UMKM keripik oleh Kusumaningtyas et al. (2025).

Tahap berikutnya adalah menguji kemasan aktual berdasarkan kebocoran, kerapian seal, ketahanan produk selama penyimpanan dan distribusi, biaya per unit, serta respons konsumen. Perhitungan biaya diperlukan agar kemasan baru tidak menaikkan harga secara tidak terkendali. Mitra dapat mempertahankan unsur tradisional seperti besek pada varian oleh-oleh, sedangkan plastik berlabel dan kemasan yang dipress digunakan untuk penjualan ritel dan daring.

Pemasaran melalui Instagram dan TikTok

Pelatihan pemasaran digital dilaksanakan sebagai kegiatan yang berbeda dari FGD. Mitra memperoleh akun Instagram dan TikTok dengan identitas yang konsisten. Materi meliputi pengisian profil, penggunaan foto logo, deskripsi produk dan lokasi, kontak pemesanan, pembuatan foto/video sederhana, penulisan caption, penggunaan ajakan bertindak, dan pemilihan tagar. Konten diarahkan pada proses produksi, cerita usaha keluarga, produk dan kemasan, cara menikmati kerupuk gendar, testimoni, dan promosi.

Instagram digunakan untuk foto, carousel, Reels, dan Stories, sedangkan TikTok digunakan untuk video pendek dengan pembuka yang jelas dan visual proses. Tim menekankan bahwa kualitas konten tidak selalu bergantung pada peralatan mahal. Pencahayaan yang cukup, latar bersih, gambar stabil, informasi terbaca, dan respons cepat terhadap komentar lebih penting untuk tahap awal. Akun usaha juga dipisahkan dari akun pribadi agar identitas dan arsip promosi lebih teratur.

Pembuatan kanal digital merupakan tahap adopsi awal. Rahayu dan Day (2017) menemukan bahwa manfaat e-commerce meningkat seiring tingkat adopsi, sedangkan Trinugroho et al. (2022) menunjukkan bahwa karakter usaha dan pemilik memengaruhi penggunaan teknologi digital. Oleh karena itu, keberhasilan akun Next GEN-DAR tidak hanya diukur dari keberadaan profil, tetapi dari kontinuitas unggahan, interaksi, pesan masuk, dan sumber pesanan. Pelatihan langsung dan pendampingan penting karena banyak UMKM memiliki minat tinggi tetapi keterampilan operasional yang belum merata (Purwana et al., 2017; Aysa et al., 2025). Kajian mengenai pemasaran media sosial pada UMKM juga menegaskan pentingnya strategi konten, interaksi, dan pengelolaan yang berkelanjutan agar kanal digital berkontribusi terhadap kinerja usaha (Agustina et al., 2023; Ariyati et al., 2024; Tatik & Setiawan, 2025).



Gambar 5. Pelatihan *Packaging* dan Pemasaran Melalui Media Sosial.

Sumber: Dokumentasi tim PKM (2026)

Peningkatan Level Keberdayaan Mitra

Keberdayaan dalam program ini dipahami sebagai kemampuan mitra menggunakan sumber daya, menjalankan solusi, dan mengambil keputusan, bukan sekadar kepemilikan alat. Setelah kegiatan, mitra berada pada tahap adopsi awal: mampu melakukan langkah operasi dasar dengan pendampingan, memahami keselamatan dan pembersihan, menggunakan alat press, mengenali

elemen label, dan memahami alur pembuatan konten. Perubahan tersebut penting karena pengetahuan yang sebelumnya bersifat individual mulai ditransfer ke prosedur dan praktik bersama.

Pada aspek produksi, indikator keberdayaan berikutnya adalah jumlah operator yang mampu menyiapkan, menjalankan, menghentikan, membersihkan, dan melaporkan masalah alat tanpa arahan langsung. Pada aspek kemasan, kemandirian ditunjukkan melalui kemampuan memesan kemasan, menggunakan file logo/label, memeriksa seal, dan menghitung biaya. Pada aspek digital, kemandirian ditunjukkan melalui kemampuan membuat konten rutin, menanggapi konsumen, membaca insight, dan mencatat sumber pesanan.

Integrasi ketiga aspek menjadi nilai utama kegiatan. Priyono et al. (2020) menjelaskan bahwa transformasi digital UMKM berlangsung melalui jalur yang berbeda sesuai konteks dan kemampuan internal. Dalam kasus Next GEN-DAR, digitalisasi tidak dipisahkan dari kesiapan produksi dan identitas produk. Pendekatan serupa pada pendampingan branding, kemasan, dan pemasaran digital juga menunjukkan bahwa kombinasi intervensi membantu UMKM membangun kesiapan pasar secara lebih menyeluruh (Utami et al., 2023; Audina et al., 2026).

Tabel 3. Perubahan level keberdayaan mitra

Dimensi	Sebelum program	Setelah kegiatan	Level Saat Laporan
Operasi produksi	Pengadukan dan pemotongan manual.	Mitra melakukan praktik mesin pengaduk dan pemotong.	Mampu dengan pendampingan awal.
Keselamatan/perawatan	Berbasis kebiasaan alat manual.	Titik bahaya, mulai-henti, pembersihan, dan pemeriksaan diperkenalkan.	Prosedur awal; perlu SOP dan monitoring.
Kemasan/ <i>branding</i>	Pembungkus sederhana dan identitas belum konsisten.	Alat press, logo, dan label tersedia; fungsi kemasan dipahami.	Siap diterapkan dan disempurnakan.
Pemasaran digital	Promosi lokal dan belum terencana.	Instagram dan TikTok tersedia; praktik konten dilakukan.	Adopsi awal; konsistensi perlu dibangun.

Sumber: Hasil Observasi Praktik dan Evaluasi Tim PKM (2026)

Keterbatasan dan Rencana Keberlanjutan

Kegiatan berlangsung dalam rentang tiga hari sehingga hasil yang dapat dipastikan terutama berupa output, kemampuan awal, dan kesiapan penerapan. Program belum memiliki data longitudinal yang cukup untuk menyimpulkan peningkatan kapasitas, efisiensi waktu, penjualan, atau pendapatan. Keterbatasan lain adalah variasi karakter adonan dan kondisi pengeringan yang dapat memengaruhi hasil, sehingga pengujian mesin harus dilakukan pada beberapa batch dengan kondisi sebanding.

Keberlanjutan diarahkan melalui monitoring penggunaan alat, pemeriksaan pembersihan dan keselamatan, pencatatan kendala, evaluasi hasil potong, uji kemasan, serta pengelolaan media sosial. Tim dan mitra perlu melakukan evaluasi berkala untuk menjawab tiga pertanyaan: kegiatan apa yang berjalan baik, kendala apa yang muncul, dan tindakan korektif apa yang dilakukan.

Luaran lanjutan yang perlu diselesaikan adalah publikasi artikel pada jurnal terakreditasi SINTA sampai terbit. Luaran tambahan yang diupayakan adalah pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual untuk logo dan desain label kemasan Next GEN-DAR. Penyelesaian luaran tersebut memperkuat dokumentasi, diseminasi, dan perlindungan identitas yang telah dihasilkan melalui program.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian pada home-industri Next GEN-DAR telah menerapkan solusi terpadu pada aspek produksi, kemasan, dan pemasaran. Teknologi fisik yang diberikan berupa mesin pengaduk adonan gendar, mesin pemotong gendar, dan alat press kemasan. Teknologi nonfisik mencakup logo dan label Next GEN-DAR, akun Instagram dan TikTok, materi konten, serta indikator monitoring. Mitra telah mengikuti FGD, sosialisasi, dan praktik penggunaan alat, sehingga terjadi peningkatan kemampuan dari proses manual dan promosi informal menuju adopsi teknologi dan pemasaran digital pada tahap awal.

Kegiatan belum menyimpulkan peningkatan produktivitas atau penjualan secara kuantitatif karena pengukuran membutuhkan beberapa siklus produksi dan periode pengelolaan akun. Disarankan agar

mitra menggunakan alat secara rutin sesuai prosedur, menunjuk operator dan pengelola akun, mencatat waktu serta hasil produksi, memeriksa kualitas seal, dan mengevaluasi insight serta sumber pesanan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia (Kemdiktisaintek) atas pendanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2026. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada Universitas Stikubank Semarang melalui Direktorat Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat, dan Publikasi (DPPMP) atas dukungan dan fasilitasi selama pelaksanaan kegiatan. Apresiasi yang sebesar-besarnya disampaikan kepada UMKM Next GEN-DAR di Desa Sukowinangun, Kabupaten Magetan, sebagai mitra yang telah berpartisipasi aktif dan bekerja sama dalam seluruh rangkaian kegiatan. Terima kasih juga kepada seluruh anggota Tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun 2026 atas dedikasi, kerja sama, dan kontribusinya sehingga seluruh kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., Ambarwati, R., & Sari, H. M. K. (2023). Social media as digital marketing tool in MSME: A systematic literature review. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13(1), 266-279. <https://doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1534>
- Arif, M., Hadi, L., & Sartika, N. (2024). Inovasi desain kemasan produk UMKM binaan PT. Pertamina Hulu Rokan untuk meningkatkan daya saing dan ekspansi pasar. *Tanjak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 52-57. <https://doi.org/10.35314/3r2je576>
- Ariyati, I. M., Ismawati, A. F., Rizqillah, A. I., Wulandari, S. S., & Susanti, S. (2024). MSMEs marketing strategies through the use of social media: A systematic literature review. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 13(1), 65-84. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i1.1817>
- Audina, G. D., Ningsih, S., Annisa, R., Aprilia, S., Zahara, N., & Harimurti, H. (2026). Pengembangan UMKM melalui pendampingan branding kemasan dan pemasaran digital di Desa Baturmarta 1, Kecamatan Lubuk Raja. *Inovasi Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 75-85. <https://doi.org/10.62951/inovasisosial.v3i1.2973>
- Aysa, I. R., Sutantri, S., Mala, I. K., Fattah, F. A., Lestari, D. A. I., & Husna, M. (2025). Pelatihan pemanfaatan digital marketing dan strategi packaging untuk meningkatkan consumer buying interest pada UMKM binaan Rumah Kurasi di Desa Joho Semen Kediri. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(7), 1744-1752. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i7.9005>
- Bahri, B., Sari, N. P., & Alamsyah, F. (2023). Pelatihan desain kemasan (packaging) dan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM Kapanewon Turi. *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 15-31. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.15-31>
- Charina, A., Kurnia, G., & Mulyana, A. (2023). The sustainability of small industries thriving across generation in rural areas. *Sustainability*, 15(16), 12339. <https://doi.org/10.3390/su151612339>
- Hapsari, R., Syahputri, G., Fertiasari, R., Nuary, R., & Anandito, R. B. (2026). Pemanfaatan teknologi tepat guna, pendampingan produksi, dan digitalisasi pemasaran permen lunak jahe pada UMKM Sami Tresna, Karanganyar. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 7(1), 330-342. <https://doi.org/10.26874/jakw.v7i1.1055>
- Hartanti, M., & Nurviana, N. (2020). Functional and emotional features studies on traditional Indonesian instant food packaging. *Journal of Visual Art and Design*, 12(1), 25-37. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2020.12.1.2>
- Kusumaningtyas, R. D., Prasetiawan, H., Bahlawan, Z. A. S., Widyastuti, C. R., Imani, N. A. C., Rachmadi, M. F., Jannah, R. A., Ichwan, R., & Putri, S. A. S. (2025). Penerapan mesin spinner peniris minyak dan perbaikan kemasan produk pada UMKM keripik di Desa Kemetul, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang. *Jurnal Abdimas*, 29(2). <https://doi.org/10.15294/abdimas.v29i2.36448>

- Manurung, R., Sutarno, S., & Erminawati, E. (2024). Implementation of modernisation meat shredding production in MSMEs Karanggintung Village, Banyumas. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(4), 1722-1728. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v7i4.5424>
- 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>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1-17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25-41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Rosari, D., Ritonga, A. K., & Sihombing, D. (2025). Enhancing the market value of MSMEs products through packaging improvement in Buluh Duri Tourism Village, Serdang Bedagai, North Sumatra, Indonesia. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 6(2), 1634-1640. <https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i2.3927>
- Tatik, T., & Setiawan, D. (2025). Does social media marketing important for MSMEs performance in Indonesia? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 37(1), 99-114. <https://doi.org/10.1108/APJML-01-2024-0090>
- Taufiq, A. J., Wibowo, T. N., & Endratno, H. (2024). Penerapan teknologi tepat guna pada produksi sambal kemasan di UMKM Sambal Pknik. *Jurnal Pengabdian Teknik dan Sains*, 4(2). <https://doi.org/10.30595/jpts.v4i2.23237>
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, 45, 102156. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>
- Utami, I. P., Zulhijah, M. P. S., Doriani, D., Kurniawan, D. A., Veronica, M., Ulum, B., & Hendarmin, R. R. (2023). Optimalisasi digital marketing dan pengembangan kemasan pada UMKM Mak Mirwan di Desa Talang Nangka, Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim. *Community Development Journal*, 4(4), 9296-9304. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.20424>