

Optimalisasi Proses Pendaftaran Produk UMKM ke Ritel: Studi Kasus pada Usaha Stik Talas

Rizki Fakhrlul Yahya, Jaurino, Aris Setiawan, Wilda Sari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Akuntansi, Universitas Panca Bhakti, Pontianak
Rizki.fakhrlul@upb.ac.id, jaurino@upb.ac.id, arissetiawan@upb.ac.id, wildasari@upb.ac.id

Abstract

This service aims to help Stik Talas MSMEs to register products in retail businesses. This service begins with the observation process, administrative management, dissemination and preparation of service activity reports. The service team educates partners about the importance of improving the quality and quantity of their products. In this activity, education is also given on the importance of expanding the market to sell their products. Furthermore, the service team helped Stik Talas MSMEs to fill in the forms on the digital application that must be fulfilled by business owners if they want to market their products in retail businesses. All documents that must be inputted into the system have been carried out jointly between the service team and partners. The success of this activity is expected to spur all MSMEs to continue to increase the marketing expansion of their products so that it will have an impact on increasing the sales volume of business products.

Kata Kunci:

Pemasaran Produk
Ritel
Kuantitas dan Kualitas

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk membantu UMKM Stik Talas untuk melakukan pendaftaran produk pada usaha ritel. Pengabdian ini diawali dari proses observasi, pengurusan administrasi, desiminasi dan penyusunan laporan kegiatan pengabdian. Tim pengabdian memberikan edukasi kepada mitra tentang pentingnya peningkatan kualitas dan kuantitas produk mereka. Dalam kegiatan ini juga diberikan edukasi pentingnya melakukan perluasan pasar untuk menjual produk mereka. Selanjutnya tim pengabdian membantu UMKM Stik Talas untuk mengisi form-form pada aplikasi digital yang harus dipenuhi pemilik usaha apabila ingin memasarkan produknya pada usaha ritel. Semua dokumen-dokumen yang harus diinput ke dalam sistem telah dilakukan secara bersama-sama antara tim pengabdian dengan mitra. Keberhasilan kegiatan ini diharapkan dapat memacu semua UMKM untuk terus meningkatkan perluasan pemasaran produk mereka sehingga akan berdampak pada meningkatnya volume pendualan produk usaha.

Corresponding Author:

Aris Setiawan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Panca Bhakti
arissetiawan@upb.ac.id

1. PENDAHULUAN

Optimalisasi proses pendaftaran produk UMKM ke ritel modern merupakan langkah strategis dalam meningkatkan akses pasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Dengan masuknya produk ke jaringan ritel modern, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Proses ini mencakup berbagai tahapan, mulai dari pemenuhan persyaratan administrasi, perizinan, sertifikasi produk, hingga kesiapan logistik dan distribusi. Selain itu, UMKM juga perlu memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh pihak ritel, baik dari segi kemasan, komposisi, maupun masa kedaluwarsa. Pendampingan dan pelatihan bagi UMKM dalam proses

ini sangat penting untuk mempercepat adaptasi terhadap regulasi ritel modern. Dengan adanya bimbingan yang tepat, pelaku usaha dapat lebih mudah memahami prosedur pendaftaran, menghindari kesalahan administratif, serta meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

Ritel modern, seperti Indomarco, menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Ritel modern, seperti Indomarco, menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Dengan bergabung dalam jaringan ritel besar, produk UMKM dapat lebih mudah diakses oleh konsumen di berbagai wilayah, meningkatkan volume penjualan, dan memperkuat brand awareness. Selain itu, keberadaan produk UMKM di ritel modern juga memberikan kepercayaan lebih kepada pelanggan, karena ritel biasanya memiliki standar kualitas dan keamanan yang ketat. Hal ini mendorong UMKM untuk meningkatkan kualitas produk mereka agar dapat memenuhi persyaratan ritel, baik dari segi kemasan, sertifikasi, maupun ketahanan produk.

Masuk ke ritel modern juga membantu UMKM dalam aspek pemasaran dan distribusi. Dengan sistem logistik yang sudah terintegrasi, produk dapat tersebar ke berbagai gerai tanpa harus dikelola sendiri oleh pelaku usaha. Selain itu, UMKM juga bisa memanfaatkan program promosi yang disediakan oleh ritel untuk meningkatkan penjualan. Namun, agar dapat bersaing di ritel modern, UMKM perlu mempersiapkan diri dengan baik, mulai dari pengurusan administrasi, pemenuhan regulasi, hingga pengelolaan produksi yang lebih profesional. Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan peluang ini untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Namun, proses pendaftaran produk ke ritel modern sering kali menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM, terutama yang belum memiliki pengalaman dalam menangani kompleksitas administrasi dan persyaratan teknis yang diperlukan (Setiawan et al., 2024). Hal ini memerlukan pendampingan dan pembinaan yang terstruktur untuk memastikan produk UMKM dapat memenuhi standar yang ditetapkan oleh pihak ritel (Ananda et al., 2024).

Pentingnya peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian Indonesia harus dibantu dengan pengembangan dan fasilitas yang mampu menunjang UMKM menjadi lebih baik (Nur et al., 2020). UMKM tidak hanya perlu dipertahankan namun juga harus dibantu dalam peningkatan kualitas dan kuantitas (Tjahjaningsih et al., 2022). Peningkatan kualitas produk dapat dilihat dari informasi yang disajikan pada kemasan produk tersebut (Angelina et al., 2024). Kemasan dengan bentuk, warna, bahan, desain dan kemasan yang menarik serta memberikan informasi produk packaging akan menjadi pilihan konsumen (Rozikan & Hariyanto, 2024). Peningkatan kuantitas produk dapat dilakukan melalui peningkatan penjualan produk (Jaurino, Widyastuti, et al., 2022).

UMKM Stik Talas merupakan salah satu contoh konkret dari upaya untuk memasuki pasar ritel modern. Produk stik talas memiliki potensi yang besar untuk bersaing di pasar nasional, karena keunikannya sebagai camilan berbasis bahan lokal yang berkualitas (Ghasarma et al., 2022). Namun, untuk dapat masuk ke jaringan distribusi ritel modern seperti Indomarco, diperlukan langkah-langkah persiapan yang matang, termasuk pengisian aplikasi digital, pemenuhan dokumen administrasi, dan kesesuaian produk dengan standar mutu yang ditetapkan (Jaurino, Risal, et al., 2022). Pendampingan menjadi kunci utama dalam membantu UMKM melewati proses ini dengan lebih efisien (Widyastuti et al., 2023). Keterbatasan sumber daya yang dimiliki menjadi masalah yang sangat berarti bagi pemilik UMKM (Afif, 2024).

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk memberikan panduan teknis kepada pelaku UMKM stik talas dalam memenuhi persyaratan administratif dan teknis yang dibutuhkan oleh ritel modern (Widyastuti et al., 2024). Selain itu, pendampingan ini juga mencakup pembekalan dalam penggunaan aplikasi digital yang sering menjadi hambatan bagi pelaku UMKM yang belum familiar dengan teknologi (Ariefiati et al., 2019). Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM tidak hanya mampu menyelesaikan proses pendaftaran produk dengan baik, tetapi juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran modern yang berbasis digital (Sagaf et al., 2023).

Keberhasilan program ini tidak hanya berdampak pada mitra yang terlibat, tetapi juga dapat menjadi katalis bagi pengembangan UMKM di Kota Pontianak secara keseluruhan. Dengan adanya pendampingan dalam aspek administrasi, legalitas, pemasaran, dan distribusi produk ke ritel modern, UMKM lain dapat melihat peluang untuk mengembangkan usaha mereka dengan strategi yang lebih terstruktur. Program ini juga dapat menjadi model bagi inisiatif serupa, di mana kolaborasi antara akademisi, pemerintah, dan pelaku usaha kecil dapat menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kompetitif. Dengan demikian, UMKM di Pontianak diharapkan semakin berkembang dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

2. METODE PENELITIAN

Pengabdian ini dilaksanakan dengan menekankan keterlibatan aktif mitra dalam setiap pelaksanaan kegiatan mulai dari awal kegiatan sampai dengan akhir kegiatan. Metode ini merujuk pada *Community-Based Participatory Research* (Muflikhah et al., 2024). Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu identifikasi kebutuhan UMKM, pelatihan penggunaan aplikasi, dan pendampingan langsung dalam pengisian aplikasi serta dokumen pendukung lainnya. Selain itu, dilakukan juga evaluasi terhadap kesiapan

produk, termasuk desain kemasan, label, dan sertifikasi yang relevan, agar produk dapat diterima oleh ritel modern. Dengan metode ini, UMKM stik talas dapat memperoleh pendampingan yang komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Adapun tahapan metodel pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Observasi, bertujuan untuk mengetahui keadaan mitra terkini terkait faktor-faktor penunjang dan faktor-faktor yang akan mungkin akan menjadi kendala dalam kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan,
2. Tahap pengurusan perizinan dan administrasi merupakan salah satu aspek penting dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Proses ini mencakup penyusunan berbagai dokumen yang diperlukan, seperti surat izin pelaksanaan kegiatan, surat kerja sama dengan mitra, serta perjanjian terkait dengan pihak-pihak yang terlibat. Selain itu, pengurusan administrasi juga mencakup penyusunan laporan kegiatan, dokumen keuangan, dan bukti pertanggungjawaban untuk memastikan transparansi serta akuntabilitas. Semua dokumen ini harus disiapkan dengan baik agar kegiatan pengabdian dapat berjalan lancar tanpa hambatan dari segi legalitas maupun koordinasi dengan instansi terkait dan mitra yang terlibat. Sosialisasi dan koordinasi kepada mitra terkait rencana kegiatan, jadwal dan tempat pelaksanaan serta peserta yang akan mengikuti kegiatan. Setelah itu dilakukan penyusunan materi kegiatan, metode serta persiapan alat dan bahan yang akan digunakan dalam diseminasi dan pelatihan.
3. Tahap diseminasi, pelatihan dan pendampingan. Tahap ini merupakan solusi terhadap permasalahan prioritas yang dihadapi mitra. Pada tahap diseminasi akan dilakukan ceramah untuk menyampaikan tentang tahapan pendaftaran produk dan melakukan input persyaratan pada sistem.
4. Pembuatan luaran kegiatan dan laporan merupakan tahap akhir dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Luaran kegiatan dapat berupa publikasi ilmiah, dan video dokumentasi, yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian. Luaran ini bertujuan untuk mendokumentasikan dan menyebarkan hasil kegiatan sehingga dapat memberikan manfaat lebih luas bagi masyarakat.

Selain itu, penyusunan laporan kegiatan juga sangat penting sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap pelaksanaan program. Laporan ini mencakup latar belakang kegiatan, tujuan, metode pelaksanaan, hasil yang dicapai, serta kendala yang dihadapi. Dengan adanya laporan yang lengkap dan sistematis, kegiatan pengabdian dapat dievaluasi dan menjadi dasar perbaikan untuk kegiatan serupa di masa mendatang.

Pelaksanaan program pengabdian ini terdapat dua kegiatan utama yakni pendampingan pada proses pendaftaran produk ke usaha ritel dan proses pemantauan pesanan produk pada aplikasi yang disediakan oleh perusahaan ritel.

3. PEMBAHASAN

Usaha kripik talas ini sudah berdiri sejak lama dan memiliki varian rasa serta bentuk yang beragam. Saat ini penjualan produk kripik talas ini dilakukan secara *offline* dan *online*. Untuk memperluas area pemasaran dan menaikkan volume penjualan pemilik usaha ingin memasukan produknya pada pasar ritel. Proses memasukan produk ke pasar ritel diharapkan dapat memperluas pasar sehingga kripik talas dapat dikenal secara luas. Pemilik usaha yang ingin menjual produknya pada pasar ritel harus mendaftarkan produknya ke Indomarko dan Indogrosir melalui sistem yang telah disediakan, namun karena keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki pemilik usaha mengalami kesulitan untuk mendaftarkan produknya. Untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi maka kami tim pengabdian melakukan pendampingan pada pemilik usaha untuk mendaftarkan produknya. Tahapan pengabdian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Pada tahap observasi, tim pengabdian secara mendalam meneliti permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Langkah ini dilakukan sebagai upaya untuk memahami lebih jelas dan rinci situasi yang sedang dihadapi. Observasi tidak hanya melibatkan pengumpulan data secara umum, tetapi juga penelaahan mendalam terhadap aspek-aspek spesifik yang menjadi hambatan utama bagi mitra. Dengan memahami akar permasalahan, tim pengabdian dapat mengidentifikasi kebutuhan serta prioritas mitra secara lebih akurat.

Tujuan utama dari tahap ini adalah memastikan bahwa solusi yang ditawarkan relevan dan efektif untuk mengatasi permasalahan mitra. Pendekatan yang digunakan mencakup wawancara, diskusi, serta observasi langsung terhadap kegiatan operasional mitra. Selain itu, pengumpulan informasi melalui dokumen atau laporan terkait juga dilakukan untuk melengkapi data yang diperoleh. Hal ini menjadi penting agar solusi yang dirancang tidak bersifat generik, tetapi benar-benar menjawab kebutuhan spesifik mitra. Proses observasi ini menjadi pondasi penting dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dengan memastikan bahwa solusi yang diberikan sesuai dengan masalah yang dihadapi, keberhasilan program pengabdian dapat lebih terjamin, serta memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi mitra.

2. Pendampingan

Tahap ini merupakan bagian paling krusial dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM), karena menentukan keberhasilan mitra dalam memasukkan produknya ke jaringan ritel modern. Tim PKM berperan aktif dalam memberikan pendampingan kepada mitra sejak awal hingga produk berhasil diterima oleh pihak ritel. Pendampingan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari persiapan dokumen, pengisian sistem pendaftaran, hingga memastikan produk memenuhi standar yang ditetapkan oleh ritel.

Tahapan proses pengabdian ini diawali dengan membantu mitra dalam memahami persyaratan administrasi yang dibutuhkan untuk mendaftar di sistem ritel seperti Indomarco dan Indogrosir. Setelah proses pendaftaran selesai, tahap berikutnya adalah memastikan produk mitra memenuhi standar kualitas dan keamanan pangan agar dapat diterima di pasar ritel. Tim PKM juga mendampingi mitra dalam menyiapkan kemasan yang sesuai dengan regulasi ritel serta memberikan strategi pemasaran yang efektif.

Selanjutnya, mitra didampingi dalam tahap pengecekan produk di gudang ritel untuk memastikan bahwa semua ketentuan telah terpenuhi. Setelah produk dinyatakan lolos, tim PKM membantu dalam proses distribusi produk ke gerai ritel yang telah bekerja sama. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya membantu mitra masuk ke pasar ritel, tetapi juga membangun kesiapan mitra dalam menghadapi persaingan usaha yang lebih luas. Berikut tahapan proses pengabdian ini:

a. Proses Pendampingan

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk memberikan panduan teknis kepada pelaku UMKM stik talas dalam memenuhi persyaratan administratif dan teknis yang dibutuhkan oleh ritel modern. Beberapa langkah pendampingan yang dilakukan yaitu **Penggunaan Aplikasi Digital**. Proses ini membekali pelaku UMKM dengan kemampuan mengoperasikan aplikasi digital untuk mengakses sistem penagihan (TTF) pada Indomarco dan Indogrosir, serta mengecek Purchase Order (PO).



Gambar 1. Proses Pendaftaran Produk Ke Ritel

Setelah berhasil melakukan pendaftaran pada sistem Indomarco dan Indogrosir, langkah berikutnya yang harus dilakukan oleh pemilik usaha adalah membawa produk kripik talas ke gudang ritel untuk proses pengecekan barang. Pengecekan ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang dikirim telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh pihak ritel, termasuk dari segi kemasan, masa kedaluwarsa, dan kelengkapan informasi produk. Selain itu, pihak ritel juga akan memverifikasi apakah produk yang diterima sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati dalam sistem pendaftaran sebelumnya.

Setelah proses pengecekan selesai dan produk dinyatakan lolos uji kualitas, tahap selanjutnya adalah mendistribusikan produk ke berbagai cabang ritel yang telah bekerja sama, seperti Indomaret dan Indogrosir. Distribusi ini dapat dilakukan secara bertahap sesuai dengan permintaan pasar dan kebijakan dari pihak ritel. Pemilik usaha juga perlu memastikan ketersediaan stok di gudang agar produk tetap tersedia di pasaran dan tidak mengalami kehabisan stok.

Dengan adanya sistem pendaftaran dan pengecekan ini, proses pemasaran produk kripik talas menjadi lebih terstruktur dan profesional. Keberhasilan dalam tahap ini menandai bahwa produk telah resmi masuk ke dalam jaringan distribusi ritel modern, sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen di berbagai wilayah.



Gambar 2. Proses Pengecekan Produk

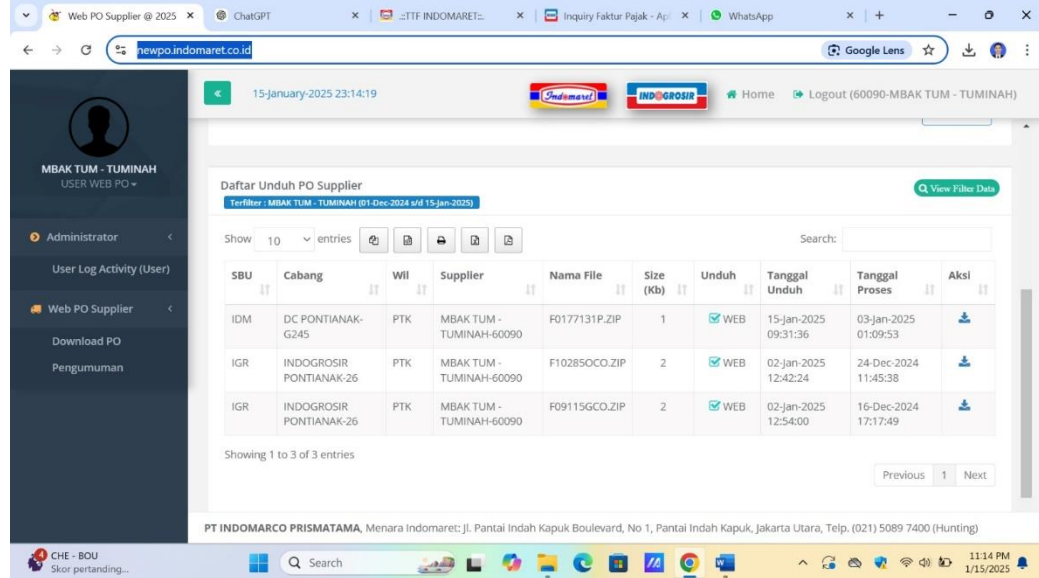
b. Hasil Pendampingan pada Usaha Stik Talas

Produk yang telah berhasil didaftarkan pada Indomaret dan Indogrosir akan didistribusikan ke anak cabang ritel seperti Indomaret. Setelah melalui proses pendaftaran dan verifikasi, produk akan masuk ke sistem distribusi ritel modern yang memungkinkan penyebarannya ke berbagai gerai yang berada di bawah jaringan ritel tersebut. Distribusi ini dilakukan secara bertahap sesuai dengan permintaan pasar dan kebijakan manajemen ritel. Produk yang sudah terdaftar akan dikirim ke gudang utama ritel untuk dilakukan pengecekan ulang sebelum didistribusikan ke toko-toko cabang. Dalam proses ini, penting bagi UMKM untuk memastikan ketersediaan stok agar produk selalu tersedia di pasaran.

Selain itu, sistem distribusi ritel modern memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen lebih luas tanpa harus mengelola logistik sendiri. Dengan adanya jaringan distribusi yang sudah mapan, produk dapat dengan mudah masuk ke berbagai wilayah tanpa hambatan. Keberhasilan dalam tahap distribusi ini merupakan langkah penting bagi UMKM untuk meningkatkan skala bisnisnya. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan menjaga kualitas produk secara konsisten, UMKM dapat mempertahankan keberadaannya di pasar ritel modern serta memperluas pangsa pasar secara berkelanjutan. Pemilik usaha dapat melakukan pengecekan ketersediaan produk melalui aplikasi yang telah disediakan. Pemantauan dan penagihan pesanan dapat diakses pada <https://newpo.indomaret.co.id/> dan penagihan pada <https://ttf.indomaret.co.id/> serta <https://ttfonline.indogrosir.co.id/>. Hasil yang dicapai antara lain:

- Peningkatan efisiensi operasional melalui pemanfaatan aplikasi digital dapat membawa dampak positif yang signifikan bagi UMKM. Dengan menggunakan aplikasi digital, pelaku usaha dapat mengotomatisasi berbagai proses bisnis, seperti pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan pelaporan keuangan. Hal ini tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga mengurangi potensi kesalahan manusia. Selain itu, aplikasi digital juga memungkinkan pemilik usaha untuk memantau kinerja bisnis secara real-time, memberikan informasi yang lebih akurat dalam pengambilan keputusan. Penggunaan aplikasi untuk pemasaran digital juga memperluas jangkauan pasar, memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen di luar wilayah lokal. Dengan adopsi teknologi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin digital. Pemanfaatan aplikasi digital membantu pelaku usaha untuk tetap relevan dan berkembang di era modern ini.
- Pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran berbasis digital sangat penting bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin berkembang. Dengan memahami berbagai saluran digital, seperti media sosial, email marketing, dan iklan online, pelaku usaha dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi. Strategi pemasaran berbasis digital memungkinkan UMKM untuk melakukan promosi yang lebih terukur dan efisien. Misalnya, dengan menggunakan analitik web, pemilik usaha dapat melacak kinerja iklan dan kampanya pemasarannya, serta menyesuaikan strategi secara real-time. Hal ini membantu untuk lebih memahami

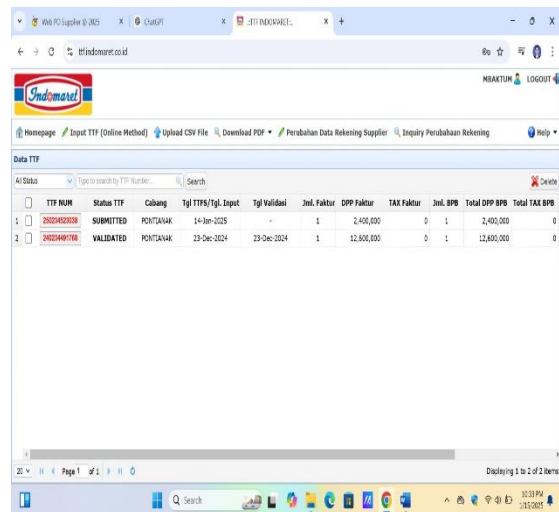
preferensi konsumen dan meningkatkan efektivitas pemasaran. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun hubungan yang lebih dekat, dan meningkatkan loyalitas. Dengan memanfaatkan platform digital yang ada, UMKM dapat memaksimalkan potensi pasar dan menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih besar. Pemahaman yang baik tentang pemasaran digital memberi UMKM keunggulan kompetitif yang diperlukan untuk berkembang di era digital ini.



Gambar 3. Proses Pengecekan Pesanan

c. Dokumentasi Kegiatan

Untuk mendukung pembahasan ini, berikut beberapa dokumentasi kegiatan yang menunjukkan keberhasilan program pengabdian masyarakat. Dokumentasi dimulai dengan bukti pendaftaran produk kripik talas ke sistem Indomarco dan Indogrosir, yang mencakup proses administrasi dan perizinan yang telah dilakukan.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan

4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian ini dirancang untuk membantu mitra sasaran, yaitu pemilik usaha kripik talas, dalam mengatasi kendala yang dihadapi, khususnya dalam hal pemasaran dan distribusi produk.

2. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh mitra adalah keterbatasan sumber daya manusia, yang dapat menghambat proses ekspansi usaha. Namun, keterbatasan ini tidak menjadi penghalang karena dengan strategi yang tepat, pemilik usaha tetap dapat memperluas jangkauan pasarnya.
3. Solusi yang diberikan dalam kegiatan ini meliputi pendampingan dalam pengisian aplikasi untuk masuk ke jaringan ritel, peningkatan kualitas produk sesuai dengan standar ritel modern, serta strategi pemasaran yang efektif.
4. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah membantu pemilik usaha kripik talas agar produknya dapat masuk ke pasar ritel modern, seperti Indomaret dan Indomaret.
5. Melalui serangkaian pendampingan dan dukungan, target tersebut telah berhasil dicapai. Produk kripik talas kini telah diterima oleh jaringan ritel tersebut, sehingga memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.
6. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat dan pendampingan yang sesuai, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya dan memperluas pasar meskipun memiliki keterbatasan sumber daya.

4.2 Saran/Rekomendasi

Pemilik usaha perlu memastikan bahwa bahan baku yang digunakan dalam produksi tetap berkualitas baik. Hal ini bisa dilakukan dengan memilih pemasok yang terpercaya dan melakukan pengendalian mutu secara berkala. Melakukan evaluasi dan inovasi secara berkala terhadap produk, baik dari segi rasa, kemasan, maupun daya tahan produk, agar tetap sesuai dengan selera pasar. Memastikan bahwa setiap pesanan dari perusahaan ritel dipenuhi tepat waktu dan sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati. Keterlambatan atau ketidaksesuaian dalam pengiriman dapat mengurangi kepercayaan dari pihak ritel. Membangun komunikasi yang baik dengan pihak ritel, termasuk memberikan informasi terkini tentang ketersediaan produk dan menanggapi setiap keluhan atau saran dengan cepat dan profesional. Melakukan evaluasi terhadap hubungan kerja sama dengan perusahaan ritel secara berkala untuk memastikan bahwa kedua belah pihak mendapatkan manfaat yang optimal.

REFERENSI

- Afif, A. (2024). *Peningkatan kompetensi petugas penyuluh koperasi lapangan (PPKL) bidang manajemen keuangan koperasi*. 5(3), 5210–5215.
- Ananda, F., Siregar, A. P., Pardede, J. P., Tazmi, A., Nadila, S., Fikri, M., & Mulyono, H. (2024). Pembuatan Minuman Herbal Air Serai Sebagai Minuman Kesehatan di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo. *Jurnal IKHLAS*, 3(2), 1–9.
- Angelina, M., Siswadi, & Setiawan, A. (2024). Gerakan sadar stunting: menuju masa depan indonesia berkualitas. *DIANMAS BHAKTI*, 1(1), 18–23.
- Ariefiara, D., Putra, A. M., & Masripah, M. (2019). Peningkatan Kemampuan Umkm Dalam Menyusun Laporan Keuangan Sesuai Dengan Sak Emkm Melalui Pendampingan. *SABDAMAS*. <http://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/sabdamas/article/view/1005>
- Ghasarma, R., Eka, D., Karimudin, Y., Isnurhadi, I., & ... (2022). Pendampingan Pengelolaan Keuangan UMKM dan Optimalisasi Usaha Masyarakat dalam Menghadapi Era Normal Baru di Kecamatan Ilir Barat II Kota In ... : *Journal of Sriwijaya* core.ac.uk. <https://core.ac.uk/download/pdf/492767467.pdf>
- Jaurino, J., Risal, R., & Setiawan, A. (2022). Peningkatan Kompetensi Manajer Café Coffee Dalam Menghadapi Persaingan Pasca Ppkm Dimasa Covid-19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 105–110. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.487>
- Jaurino, Widyastuti, R. D., Setiawan, A., & Yahya, R. F. (2022). Pendampingan dan Sosialisasi Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). *Jurnal Abdidias*, 3(5), 877–882. <https://doi.org/10.31004/abdidias.v3i5.692>
- Muflikhah, L., Widodo, A. W., Rahman, M. A., & Yudistira, N. (2024). Peningkatan pemasaran produk UMKM melalui pemanfaatan marketplace tokopedia dan facebook. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(3), 554–564. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i3.21920>
- Nur, A., Sinaga, A. B., & Effendi, C. (2020). Pengaruh Promosi Offline Dan Online Terhadap Keinginan Umkm Untuk Bermitra Dengan Smesco Indonesia. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 155. <https://doi.org/10.24853/pk.4.2.155-165>
- Rozikan, R., & Hariyanto, M. (2024). Peningkatan Promosi dan Berdaya Saing Minuman Tradisional (Jamu) di Pasar Ritel. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 19–24. <https://doi.org/10.24036/abdi.v6i1.529>
- Sagaf, M., Setiyowati, D., Kusumodestoni, R. H., & Hidayat, S. (2023). Pendampingan Umkm Jamur Tiram

- Crispy “Roompy” Dalam Upaya Peningkatan Penjualan. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 54. <https://doi.org/10.35906/resona.v7i1.1318>
- Setiawan, A., Jaurino, J., Sari, W., & Febriati, F. (2024). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Pada UMKM Di Kabupaten Kubu Raya. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), 101–110. <https://doi.org/10.36908/akm.v5i1.1091>
- Tjahjaningsih, Y. S., Mohammad, M., Hidayati, R. S., Fitria, N. J. L., Sabila, S. M., & Dewi, D. S. (2022). Pendampingan UMKM Pemasaran Secara Offline Dan Pemasaran Secara Online Pada UD. Artomoro Mebel. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 1101–1111. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3262>
- Widyastuti, R. D., Sari, W., & Yahya, R. F. (2024). Kampanye Produk Kuliner Lalal di Kota Pontianak. *Communnity Development Journal*, 5(3), 5047–5051.
- Widyastuti, R. D., Setiawan, A., Sari, W., Ekawati, E., & Purwanto, P. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Berbasis Digital Finance Syariah Pada Yayasan Fathu Minal Fityan. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 12(1), 8. <https://doi.org/10.20961/semar.v12i1.69228>