

---

## Pemberdayaan Masyarakat Menggunakan Metode *Business Model Canvas* Pada Produk Kuliner Lodeh Kikil Mojosongo di Kabupaten Jombang

Eko Nurmianto<sup>1</sup>, Rudy Ananta<sup>2</sup>, Rizka Mudyanti<sup>2</sup>, Alfiah Indasah<sup>3</sup>, Lilla Puji Lestari<sup>4</sup>, Fahmia Nur Fauziah<sup>5</sup>, Fikri Nurfauzan Nurmianto<sup>6</sup>, Gilang Samudra Trikurniawan<sup>7</sup>, Keiko Alliyah Nugraha<sup>8</sup>

<sup>1</sup>Departemen Teknik dan Sistem Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya

<sup>2</sup>Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), Kabupaten Jombang

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya

<sup>4</sup>Program Studi Teknik Mesin, Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo

<sup>5</sup>Program Studi Pengembangan Sumber Daya Manusia, Universitas Airlangga, Surabaya

<sup>6</sup>Program Studi Studi Pembangunan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya

<sup>7,8</sup>Departemen Perencanaan dan Wilayah Kota Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

[nurmi@ie.its.ac.id](mailto:nurmi@ie.its.ac.id); [ekonurmianto1@gmail.com](mailto:ekonurmianto1@gmail.com)

### ABSTRAK

Kabupaten Jombang adalah Kota Santri yang memiliki beberapa tempat wisata. Pengembangan potensi wisata dan kuliner di Jombang dengan sumber daya lokal adalah salah satu upaya untuk mengangkat citra makanan lokal agar bisa diminati masyarakat secara luas. Makanan khas Jombang yang melegenda adalah lodeh kikil yang merupakan makanan kesukaan Bapak Abdurrahman Wahid atau Gus Dur. Pengembangan bisnis Lodeh Kikil dalam program pemberdayaan masyarakat berbasis produk ini menggunakan metode : *Business Model Canvas (BMC)*, Inovasi Packaging, Manajemen Keuangan dan Digital Marketing. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kelas UMKM. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa mahasiswa dan dosen merupakan kelompok mayoritas yang mengisi kuisioner lodeh kikil ini. Luaran penting yaitu kepuasan pembeli setelah makan lodeh kikil yaitu : 1. Aroma/Bau Kikil, 2. Warna Kikil, 3. Kemudahan Diperoleh, 4. Kebersihan Produk, 5. Bungkus Kuat, 6. Kekenyalan Kikil, 7. Produk Tahan Lama, 8. Ukuran Kikil, 9. Kesesuaian Rasa, 10. Bungkus Menarik, dan 11. Harga Produk. Selain itu luarannya adalah : beberapa jenis kemasan, stiker, dan cara mengemas produk kepada para pengusaha lodeh kikil. Beberapa jenis kemasan, antara lain : *paper bowl*, *thinwall*, kemasan frozen, dan kemasan pincuk.

**Kata Kunci:** Lodeh kikil, UMKM, *Business Model Canvas*, *Packaging*, Marketing Digital

### ABSTRACT

Jombang Regency is a Santri City that has several tourist attractions. The development of tourism and culinary potential in Jombang with local resources to raise the image of local food so that it is in demand by the community at large. The legendary Jombang specialty food is lodeh kikil which is the favorite food of Mr. Abdurrahman Wahid or Gus Dur. Lodeh Kikil's business development in this product-based community empowerment program uses the following methods: *Business Model Canvas (BMC)*, *Packaging Innovation*, *Financial Management* and *Digital Marketing*. The purpose of this activity is to improve the class of MSMEs. This conclusion shows that students and lecturers are the majority group who fill out this lodeh kikil questionnaire. Important outputs are buyer satisfaction after eating lodeh kikil, namely: 1. Aroma/Smell of Kikil, 2. Color of Kikil, 3. Ease of Acquisition, 4. Product Cleanliness, 5. Strong Wrap, 6. Chewiness of Kikil, 7. Durable Product, 8. Size of Kikil, 9. Suitability of Taste, 10. Attractive Wrap, and 11. Product Price. In addition, the output is: several types of packaging, stickers, and how to package products to lodeh kikil entrepreneurs. Several types of packaging, including: *paper bowls*, *thinwall*, frozen packaging, and pincuk packaging..

**Keywords:** Lodeh kikil, MSMEs, *Business Model Canvas*, *Packaging*, Marketing Digital

## PENDAHULUAN

Kabupaten Jombang berada di Propinsi Jawa Timur memiliki sumber daya alam sangat besar. Misalnya potensi perikanan darat (Nurmianto, 2018) dan potensi pertaniannya (Nurmianto et al., 2019, 2020, 2021). Kabupaten Jombang sebagai Kota Santri memiliki beberapa pesantren dan beberapa tempat wisata. Pengembangan potensi wisata dan kuliner di Jombang dengan sumber daya lokal adalah salah satu upaya untuk mengangkat citra makanan lokal agar bisa diminati masyarakat secara luas. Kuliner adalah bagian dari ekosistem pariwisata yang harus terus dilakukan, difasilitasi, pendampingan, dan evaluasi untuk peningkatan seluruh potensi kuliner yang ada di Kabupaten Jombang, salah satunya adalah lodeh kikil yang telah melegenda.

Tujuan Pembangunan daerah adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu visi yang diusung dalam RPJMD Kabupaten Jombang tahun 2018-2023 adalah “Bersama mewujudkan Jombang yang berkarakter dan berdaya saing.” Adapun salah satu misi RPJMD Kabupaten Jombang tahun 2018-2023, yaitu “Meningkatkan daya saing perekonomian daerah berbasis kerakyatan, potensi unggulan lokal dan industri.” Pengertian berdaya saing adalah setiap kegiatan yang dilakukan dan setiap produk yang dihasilkan harus kompetitif (dapat bersaing) di level lokal, regional, nasional, bahkan internasional. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kelas UMKM.

Makanan yang khas Jombang dan melegenda adalah lodeh kikil. Lodeh kikil merupakan makanan kesukaan mantan Presiden Republik Indonesia, Bapak Abdurrahman Wahid atau Gus Dur. Beberapa tokoh nasional dan para artis kerap menikmati nasi kikil saat berkunjung ke Jombang. Nasi kikil disajikan dengan nasi, pepaya muda, kuah santan yang mengandung rempah-rempah dan kikil sapi serta tambahan lauk yang terdiri dari : daging empal, kikil goreng, babat, paru, hati. Banyak penjual nasi kikil yang menjual dengan cita rasa yang khas dan penyajian yang berbeda (Nurmianto & BAPPEDA Kabupaten Jombang, 2023).

Pada tanggal 23 September 2023, Kabupaten Jombang mengadakan Rekor Muri Segi Kikil dan Tumpeng Ikan Terbesar dalam rangka menyambut peringatan hari jadi Pemkab. Jombang ke-113 Tahun 2023, dengan mengundang penjual nasi kikil yang berada di Jombang dan membagikan 15.000 pincuk nasi kikil. Tujuan diadakannya festival nasi kikil untuk memperkenalkan nasi kikil sebagai makanan khas Kabupaten Jombang kepada masyarakat secara luas.

Gambaran latar belakang di atas ditunjukkan pada Model *Causal Loop Diagram* (CLD). Model *Causal Loop Diagram* (CLD) adalah model yang digunakan dalam sebuah

pemecahan maupun pencegahan masalah dengan melihat setiap factor yang ada berkaitan dengan factor-faktor lainnya. Model *Causal Loop Diagram* (CLD) digunakan untuk memvisualkan problem yang dihadapi, variable kunci, feedback antar variable yang terbentuk, serta rekomendasi variable untuk diintervensi.

Lodeh kikil merupakan salah satu makanan kuliner yang sudah terkenal di Jombang sejak puluhan tahun lalu. Rasanya yang unik dan medok dengan ciri khas Jawa Timur membuat warung Kikil di Jombang jarang sepi pengunjung, apalagi jika hari Sabtu dan Minggu datang, pencinta lodeh kikil yang berada diluar Jombang berdatangan. Warung lodeh kikil di Jombang juga kerap dikunjungi oleh artis, pejabat hingga budayawan (Afkar, 2019). Ada 4 warung yang cukup dikenal oleh pecinta lodeh kikil. Dari 4 warung tersebut, informasi yang telah didapatkan adalah:

**Tabel 1.** Perbandingan Identitas Antar Warung, Harga per porsi, dan Jam Buka

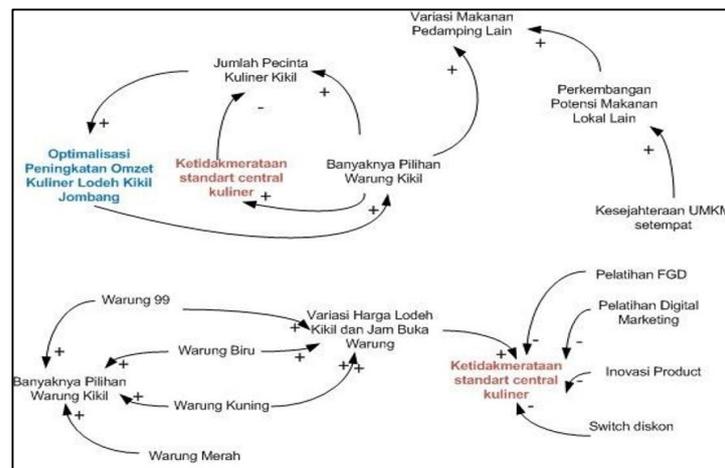
NAMA WARUNG	HARGA PER PORSI	JAM BUKA	KETERANGAN
<b>WARUNG MERAH</b>	Rp9.000	17.00 – 21.00	Terbentuk dari 3 generasi. Dengan penjualannya terdapat 3 kikil tiap piring.
<b>WARUNG KUNING</b>	Rp30.000	16.00 – 21.00	Isi kikil lumayan banyak
<b>WARUNG BIRU</b>	Rp20.000	12.00 – 21.00	Berisi 6 kikil
<b>WARUNG KIKIL 99</b>	Rp20.000	07.00 – 01.00	

Sumber: Survei Lapangan, 2023

1. Setiap warung tidak sama terutama dari sisi jam buka, rasa dan harga membuat 4 warung ini memiliki variasi yang cukup signifikan. Ditambah mereka tidak memiliki inovasi tersendiri yang membuat makanan tersebut bisa dibawa pulang, atau tahan lama dalam sebuah packaging.
2. Adanya potensi kuliner lodeh kikil di Jombang tersebut, akan dibuat inovasi kemasan lodeh kikil kering agar bisa dibawa pulang dan tahan lama.
3. Pemilik warung merupakan orang lama yang belum mengerti tentang manajemen bisnis. Sirkulasi penjualan dan manajemen di warung dirasa terlalu kuno, sehingga mereka perlu diberi pembinaan agar dapat bersaing dengan industri kuliner lain, yang membuat lodeh kikil lebih dikenal sebagai salah satu makanan khas indonesia. Beberapa hal yang akan diberikan adalah *Focus Group Discussion* (FGD) yang ditujukan agar ada pembicaraan atau keputusan terpusat dengan pembina sentral kuliner lodeh kikil, semua pemilik warung, pejabat setempat tentang bagaimana sentral kuliner kedepannya akan dibentuk. Selanjutnya pemberian pelatihan kewirausahaan, pelatihan

digital marketing, pelatihan kemasan (*packaging*) dan pemberian diskon untuk pada hari senin sampai kamis, karena disini disinyalir hari kerja tersebut sepi, dan hanya rame di hari sabtu sampai minggu.

4. *Causal Loop Diagram* (CLD) digunakan untuk menangkap sistem pada kondisi nyata yang dibawa kedalam komputer supaya lebih mudah diterjemahkan sehingga menemukan solusi daripada sistem yang tertangkap (Dhirasasna & Sahin, 2019). Pada CLD dijelaskan bahwa penelitian ini ditujukan untuk optimasi peningkatan omset pada kuliner lodeh kikil yang ada di Jombang. Adanya peningkatan omset pada lodeh kikil ini akan mempengaruhi munculnya warung kikil, dan semakin banyak variasi warung kikil juga akan menambah pecinta kuliner kikil. Yang perlu digarisbawahi bahwa untuk memaksimalkan pendapatan warung kikil ini dengan menerapkan digital marketing, kemasan yang menarik, dan standart harga pada kemasan daripada warung kikil itu sendiri. Standart yang dilakukan ada pada isi dan harga pada kemasan *frozen*. Beberapa hal yang dilakukan untuk memperbaiki manajemenpun dikerahkan seperti pelatihan FGD, pelatihan digital marketing, inovasi produk, kemasan, perijinan, dan *switch discon*.



**Gambar 1.** *Causal Loop* (Sebab Akibat) dari Bisnis Lodeh Kikil  
 Sumber: Analisis Penulis, 2023

Hasil survey dan interview tim pengurus terhadap beberapa penjual lodeh kikil di Jalan Hasyim Asyari, Dusun Mojosongo adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.** Bisnis Lodeh Kikil Ditunjukkan dari Variasi Warung dan Variasi Kriteria

TENANT KRITEIRA	KIKIL KUNING	KIKIL BIRU	KIKIL ABANG	KIKIL 99
<b>RASA</b>	Enak (ada sambal)	Enak (ada sambal)	Enak (pedas/tidak ada sambal)	Enak (kikil kecil, banyak, ada sambal)
<b>HARGA</b>	Rp25.000 Kikil 5 Rp30.000 Pakai lauk	Rp20.000 Kikil banyak, tanpa lauk	Rp9.000 tanpa lauk	Rp25.000 (kikil banyak dan kecil)

	Rp25.000 Pakai lauk	Rp25.000 Pakai lauk
<b>PELAYANAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ramah</li> <li>• Pesanan tidak dicatat</li> <li>• Tidak ada daftar harga</li> <li>• Cepat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ramah</li> <li>• Pesanan tidak dicatat</li> <li>• Tidak ada daftar harga</li> <li>• Cepat</li> </ul>
<b>KOMUNIKATIF</b>	Komunikatif	Komunikatif
<b>KEMASAN</b>	Mangkuk dan Pincuk daun	Piring rotan dan Pincuk daun
<b>HARAPAN</b>	Tidak ada	Tidak ada
<b>TEMPAT, INTERIOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang luas</li> <li>• Lampu terang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sedang</li> <li>• Lampu terang</li> <li>• Perlu toples</li> </ul>

Sumber : Survei Lapangan, 2023

Nasi kikil makanan khas kota Jombang perlu dilestarikan, terjamin mutunya, dan bisa dijadikan buah tangan/oleh-oleh. Jika penjualan nasi kikil mengalami peningkatan omzet, maka bisa berdampak pada penambahan jumlah karyawan, peningkatan kesejahteraan, dan peningkatan pendapatan daerah. Setiap warung punya cita rasa yang berbeda, harga berbeda, pangsa pasar berbeda. Ada warung yang sangat ramai pengunjung meskipun harganya mahal. Ternyata konsumen tidak melihat tempatnya, tidak melihat harganya, tapi menyukai rasa. Ada konsumen yang melihat tempatnya, melihat harganya, mengenai rasa biasa saja. Berdasarkan hasil survey dan interview terhadap pengusaha nasi kikil di Desa Balong Besuk, Dusun Mojosoongo, Kabupaten Jombang, maka perlu diadakan pelatihan dan pendampingan usaha nasi kikil agar lodeh kikil menjadi lebih dikenal masyarakat lokal dan nasional.

## METODE

Kegiatan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat ini memanfaatkan berbagai pendekatan, termasuk ceramah, diskusi, praktek, dan pendampingan pelatihan. Pengusaha warung lodeh kikil yang terlibat dalam kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Produk (PMBP) menggunakan pelatihan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Digital Marketing*. Kegiatan ini diharapkan dapat menyelesaikan masalah mitra. Kegiatan ini dilakukan melalui pertemuan dan tatap muka berulang kali dengan ceramah, diskusi, praktek, dan pendampingan. Adapun struktur program pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

- a. Pelatihan kewirausahaan dengan metode BMC,
- b. Pelatihan *packaging*,
- c. Pelatihan keuangan,
- d. Pelatihan *digital marketing*, dan

### Jadwal Pelaksanaan

Adapun jadwal kegiatannya adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.** Jadwal Kegiatan

TAHAP KEGIATAN	AGENDA	WAKTU
<b>TAHAP PERSIAPAN</b>	Persiapan Administrasi	Bulan 1 – Minggu pertama
	Persiapan Teknis	
	Mobilisasi Persiapan Materi dan Persiapan Lapangan	
<b>PENYUSUNAN FORMULASI DAN MODUL</b>	<i>Focus Group Discussion</i> (FGD)	Bulan 1 – Minggu kedua
	Pelatihan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	
	Pelatihan Keuangan	Bulan 1 – Minggu ketiga
	Pelatihan Kemasan ( <i>packaging</i> )	
	Pelatihan <i>Digital Marketing</i>	
	Pelatihan Pelayanan Prima	
<b>LAPORAN PENDAHULUAN</b>	Penataan Interior	Bulan 1 – Minggu keempat
	Penyusunan Laporan Pendahuluan	
	Paparan Laporan Pendahuluan dan FGD (rapat)	
	Revisi Laporan Pendahuluan	
<b>TAHAPAN DAN ANALISA DATA</b>	Penyerahan Laporan Pendahuluan	Bulan 2 – Minggu pertama
	Pengumpulan Data Sekunder	
	Pengumpulan Data Primer	Bulan 2 – Minggu kedua
	Analisa Data	
<b>PENDAMPING PADA KELOMPOK LAPORAN AKHIR</b>	Penataan interior	Bulan 2 – Minggu ketiga
	Pendampingan <i>digital Marketing</i> dan <i>packaging</i>	
	Penyusunan Laporan Akhir	Bulan 2 – Minggu Keempat
	Paparan Laporan Akhir dan FGD (Rapat)	
	Revisi Laporan Akhir	
	Penyerahan Laporan Akhir	

Sumber: Analisis Penulis, 2023

**Tabel 4.** *Pre Test* dan *Post Test* yang relevan untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis produk kuliner Lodeh Kikil.

NO	KATEGORI	PERTANYAAN	JAWABAN PERTANYAAN
1	Pengetahuan Awal	Apakah Anda mengetahui tentang potensi kuliner <i>Lodeh Kikil</i> di Kabupaten Jombang?	Esai singkat
2	Pengetahuan Awal	Sebutkan 3 hal penting yang memengaruhi kualitas produk kuliner seperti <i>Lodeh Kikil</i> .	Isian Singkat
3	Ketrampilan	Apakah Anda pernah menggunakan strategi pemasaran digital untuk mempromosikan produk Anda?	Ya/Tidak
4	Ketrampilan	Bagaimana Anda menilai kemasan produk Anda saat ini?	Skala Likert (1-5)
5	Kesadaran Inovasi	Apakah menurut Anda kemasan <i>Lodeh Kikil</i> dapat ditingkatkan agar lebih menarik?	Ya/Tidak
6	Pemahaman Strategi BMC	Apakah Anda memahami konsep <i>Business Model Canvas</i> (BMC) sebelum pelatihan ini?	Ya/Tidak
7	Pemahaman Keuangan	Apakah Anda mencatat arus kas usaha Anda secara teratur?	Ya/Tidak
8	Pemahaman Pasca Pelatihan	Bagaimana menurut Anda kemasan terbaik untuk <i>Lodeh Kikil</i> agar dapat dijual di pasar yang lebih luas?	Esai Singkat
9	Pemahaman Pasca Pelatihan	Sebutkan 3 manfaat dari digital marketing dalam mendukung usaha kuliner Anda.	Isian Singkat
10	Penerapan Ilmu	Apakah Anda merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk setelah pelatihan ini?	Ya/Tidak
11	Kepuasan pelatihan	Apakah materi pelatihan yang diberikan relevan dengan kebutuhan usaha Anda?	Ya/Tidak
12	Kepuasan pelatihan	Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap pelatihan ini?	Skala Likert (1-5)
13	Rencana Ke Depan	Sebutkan 1 langkah nyata yang akan Anda lakukan setelah mengikuti pelatihan ini untuk meningkatkan usaha Anda!	Esai Singkat

14	Pengetahuan Awal	Bagaimana Anda menilai kemasan produk Anda saat ini?	Esai Singkat
15	Ketrampilan	Sebutkan 2 cara untuk membuat produk kuliner tahan lebih lama.	Isian Singkat

Sumber: Analisis Penulis, 2025

## HASIL

Pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Produk (PMBP) dilaksanakan di Bulan Oktober-Nopember 2023. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, praktek, dan pendampingan melalui beberapa kali pertemuan/ tatap muka. Peserta pelatihan adalah 8 (delapan) Warung Kikil yaitu :

1. Warung Kikil 99, 2. Warung Kikil Abang, 3. Warung Kikil Biru, 4. Warung Kikil Ijo, 5. Warung Kikil Bu Cholifah, 6. Kikil Yu Sri, 7. Kikil Bu Marmi, dan 8. Sego Kikil Mojosongo.

### Tahapan pelaksanaan

#### *Focus Group Discussion (FGD)*

Mengadakan *Focus Group Discussion (FGD)* yaitu memperkenalkan dan berdiskusi dengan para pengusaha warung lodeh kikil beserta tim untuk menyampaikan tujuan kegiatan dan untuk menggali informasi dari para pengusaha dengan membagikan kuisisioner FGD sebagai data primer penelitian untuk menganalisis masalah, kebutuhan, harapan, atau sikap terhadap kegiatan yang akan dilakukan.



**Gambar 2** *Focus Group Discussion (FGD)*

Sumber : Survei Lapangan, 2023

### Pengolahan Data Hasil *Pre Test* dan *Post Test*

#### a. Analisis Kuantitatif

##### 1. Pertanyaan Skala *Likert* (Kepuasan dan Penilaian Produk)

- *Pre-Test* dalam hal ini rata-rata skor pada pertanyaan tentang kemasan produk (Bungkus Menarik dan Bungkus Kuat) adalah 3.1 (skala 1-5). Hal ini

menunjukkan bahwa mayoritas responden belum merasa puas dengan kualitas kemasan saat ini.

- Rata-rata skor untuk Kemudahan Diperoleh adalah 3.5, mengindikasikan bahwa akses terhadap produk belum merata.
- *Post-Test* dalam hal ini didapatkan setelah pelatihan, rata-rata skor pada atribut kemasan meningkat menjadi 4.4, menunjukkan peningkatan signifikan dalam kepuasan responden terhadap inovasi kemasan seperti penggunaan *paper bowl* dan kemasan *frozen*.
- Pada atribut kemudahan diperoleh, skor meningkat menjadi 4.0, menunjukkan adanya perbaikan dalam distribusi dan strategi pemasaran produk.
- Interpretasi adalah hasil menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan persepsi responden terhadap kualitas kemasan dan kemudahan memperoleh produk. Strategi digital marketing dan distribusi lebih luas berkontribusi pada hasil ini.

## 2. Pertanyaan Ya/Tidak (Pemahaman Strategi dan Praktik)

- *Pre-Test* sebesar 60% responden menyatakan belum pernah menggunakan strategi pemasaran digital untuk produk mereka.
- Hanya 40% responden yang mencatat arus kas usaha secara teratur.
- *Post-Test* sebanyak 85% responden menyatakan mulai memahami dan menggunakan digital marketing untuk memasarkan Lodeh Kikil.
- Selain itu, 70% responden kini mulai mencatat arus kas usaha secara sistematis.
- Interpretasi adalah hasil ini mencerminkan efektivitas pelatihan dalam memperkenalkan dan mengajarkan praktik digital marketing dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

### b. Analisis Kualitatif

#### 1. Esai Singkat (Pengetahuan Awal dan Rencana Ke Depan)

- *Pre-Test* sebagian besar responden hanya mengetahui bahwa Lodeh Kikil adalah makanan khas Jombang yang memiliki potensi untuk dilestarikan. Namun, mereka belum memahami bagaimana inovasi produk seperti kemasan tahan lama dapat meningkatkan nilai jual.
- Mayoritas responden juga belum memiliki rencana konkret untuk meningkatkan usaha mereka.

- *Post-Test* adalah responden mulai menyebutkan berbagai langkah konkret, seperti:
  - "Menggunakan kemasan frozen untuk memperluas pasar."
  - "Membuat promosi di media sosial secara rutin."
  - "Mencatat arus kas setiap minggu untuk memonitor keuntungan."
- Interpretasi ada peningkatan wawasan dan motivasi responden untuk mengadopsi strategi baru. Pelatihan memberikan dampak positif dalam membangun pola pikir inovatif dan perencanaan usaha.

c. Perbandingan *Pre-Test* dan *Post-Test*

KATEGORI	PRE TEST	POST TEST	PERUBAHAN
<b>PENGETAHUAN TENTANG PRODUK</b>	Sebatas potensi lokal	Menyadari potensi ekspansi pasar	Peningkatan wawasan
<b>KEPUASAN TERHADAP KEMASAN</b>	Rata-rata skor: 3.1	Rata-rata skor: 4.4	Peningkatan Signifikan
<b>PENERAPAN DIGITAL MARKETING</b>	40% responden menggunakan	85% responden mulai menggunakan	Peningkatan adopsi strategi pemasaran
<b>PENGELOLAAN KEUANGAN</b>	40% mencatat arus kas	70% mencatat arus kas	Perbaikan praktik manajemen keuangan

d. Implikasi dan Rekomendasi

- Distribusi Produk melalui cara pemerintah Kabupaten Jombang dapat membuka lebih banyak zona pemasaran untuk Lodeh Kikil guna meningkatkan aksesibilitas.
- Pemasaran Digital dengan pelatihan tambahan untuk membuat konten kreatif di media sosial dapat meningkatkan daya tarik produk secara nasional.
- Kemasan menggunakan inovasi pada kemasan agar lebih ramah lingkungan dan menarik generasi muda.

**Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan dari hasil survei lapangan dan dari beberapa studi literatur yang mendukung terkait adanya program ini.

**Pengolahan Data**

**Tabel 5.** Hasil Perhitungan Validitas Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan

NO	ATRIBUT	TINGKAT	
		Kepentingan	Kepuasan
1	Harga Produk	0.64	0.63
2	Kekenyalan Kikil	0.52	0.65
3	Kesesuaian Rasa	0.79	0.68
4	Ukuran Kikil	0.82	0.63
5	Kebersihan Produk	0.60	0.68
6	Warna Kikil	0.76	0.58
7	Aroma/Bau Kikil	0.84	0.64
8	Produk Tahan Lama	0.68	0.46
9	Bungkus Kuat	0.79	0.60
10	Bungkus Menarik	0.70	0.41
11	Kemudahan Diperoleh	0.73	0.51

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, rata – rata tingkat kepentingannya adalah sebagai berikut :

**Tabel 6.** Rata – Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan

Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Atribut	Rata-rata Tingkat Kepuasan
Kebersihan Produk	4.43	Aroma/Bau Kikil	3.88
Bungkus Menarik	4.33	Warna Kikil	3.83
Bungkus Kuat	4.22	Kemudahan Diperoleh	3.81
Produk Tahan Lama	4.18	Kebersihan Produk	3.79
Kemudahan Diperoleh	4.14	Bungkus Kuat	3.77
Kesesuaian Rasa	4.10	Kekenyalan Kikil	3.75
Harga Produk	4.06	Produk Tahan Lama	3.63
Ukuran Kikil	4.02	Ukuran Kikil	3.62
Kekenyalan Kikil	4.00	Kesesuaian Rasa	3.56
Aroma/Bau Kikil	3.84	Bungkus Menarik	3.54
Warna Kikil	3.61	Harga Produk	3.48

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Dari tabel di atas, terdapat beberapa hal penting dan prioritas bagi konsumen sebelum membeli Lodeh Kikil, yaitu : 1. Kebersihan Produk, 2. Bungkus Menarik, 3. Bungkus Kuat, 4. Produk Tahan Lama, 5. Kemudahan diperoleh, 6. Kesesuaian rasa, 7. Harga Produk, 8. Ukuran Kikil, 9. Kekenyalan kikil, 10. Aroma/bau kikil, dan 11. Warna Kikil. Dari beberapa hal penting di atas menunjukkan bahwa terdapat keinginan kuat dari konsumen untuk menambah kemasan paper ball terutama untuk anak-anak muda yang kesulitan menggunakan kemasan pincuk jika dibawa (*take away*).

Beberapa hal yang dapat meningkatkan kepuasan pembeli setelah makan lodeh kikil yaitu : 1. Aroma/Bau Kikil, 2. Warna Kikil, 3. Kemudahan Diperoleh, 4. Kebersihan Produk, 5. Bungkus Kuat, 6. Kekenyalan Kikil, 7. Produk Tahan Lama, 8. Ukuran Kikil, 9. Kesesuaian Rasa, 10. Bungkus Menarik, dan 11. Harga Produk. Dari beberapa hal di atas

menunjukkan bahwa terdapat kepuasan responden yang ditandai dengan Aroma/Bau Kikil, Warna Kikil, Kemudahan diperoleh, Kebersihan produk.

Untuk indikator kemudahan diperoleh, menunjukkan bahwa kemudahan diperolehnya lodeh kikil banyak diharapkan, sehingga Pemkab Jombang sebaiknya membuka banyak Zona KHAS Gokil sekaligus meningkatkan Pariwisata Kuliner Unggulan Daerah Jombang ini. Pembukaan banyak Zona KHAS ini dapat dilaksanakan oleh Bidang Ekonomi Bappeda Kab. Jombang.

**Respon Teknis**

Langkah berikutnya adalah menemukan tanggapan teknis untuk mendapatkan spesifikasi teknis yang lebih rinci sesuai dengan keinginan pelanggan. Tanggapan teknis ini diberikan oleh warung lodeh kikil. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tabel berikut menunjukkan respon teknis.

**Tabel 7.** Respon Teknis

NO	ATRIBUT	RESPON TEKNIS
1	Harga Produk	Durabilitas Kikil
		Mudah Disajikan
		Kemasan Fungsional
		Desain Kemasan Menarik
2	Kekenyalan Kikil	Durabilitas Kikil
		Mudah Dimasak
		Kemudahan Pengolahan Lodeh
3	Kesesuaian Rasa	Durabilitas Kikil
4	Ukuran Kikil	Mudah Dimasak
		Kemudahan Pengolahan Lodeh
5	Kebersihan Produk	Kemasan Fungsional
		Desain Kemasan Menarik
		Mudah Dimasak
6	Warna Kikil	Kemudahan Pengolahan Lodeh
		Kemasan Fungsional
		Mudah Dimasak
7	Aroma/Bau Kikil	Kemudahan Pengolahan Lodeh
		Kemasan Fungsional
		Mudah Dimasak
8	Produk Tahan Lama	Durabilitas Kikil
		Mudah Dimasak
		Kemudahan Pengolahan Lodeh
		Kemasan Fungsional
9	Bungkus Kuat	Mudah Disajikan
		Mudah Dipindahkan
		Kemasan Fungsional
10	Bungkus Menarik	Desain Kemasan Menarik
		Mudah Dipindahkan
		Mudah Disajikan
		Kemasan Fungsional
11	Kemudahan Diperoleh	Desain Kemasan Menarik
		Mudah Dimasak
		Mudah Disajikan

Sumber: Analisis Penulis, 2023

## Pengembangan Bisnis Lodeh Kikil

### *Business Model Canvas*

*Business Model Canvas* (BMC) adalah suatu alat dalam manajemen strategik dan kewirausahaan untuk meningkatkan omset lodeh kikil (Agustina, 2020). Salah satu model rencana bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC). BMC meninjau sembilan aspek bisnis untuk menjelaskan tujuan, modal, dan cara mencapai target. Tabel berikut menunjukkan aspek-aspek tersebut.

**Tabel 8.** *Business Model Canvas* Warung Gokil

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITIONS	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- SUPPLIER BAHAN BAKU KIKIL DAN SAYURAN</li> <li>- KURIR</li> <li>- MITRA KERJASAMA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemenuhan Bahan Baku</li> <li>- Proses Produksi</li> <li>- Proses Riset</li> <li>- Pemasaran, promosi, dan mitra kerja sama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat menyejukkan atau meredakan hawa panas dalam suatu ruangan</li> <li>- Dapat menekan biaya penggunaan listrik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jaminan harga murah</li> <li>- Buku panduan</li> <li>- Chat room untuk bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelanggan yang tinggal di cuaca yang panas seperti di Surabaya</li> <li>- Untuk kelompok usia 18 – 60 tahun</li> <li>- Pelanggan dapat mengoperasikan kipas mini portable dengan tombol atau pengaturan yang sederhana</li> </ul>
	<p><b>Key Resources</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain yang efisien dan inovatif</li> <li>- Fasilitas produksi yang memadai</li> <li>- Strategi pemasaran yang mencakup iklan, promosi, dan kampanye branding</li> </ul>	<p><b>Channels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- E – Commerce</li> <li>- Kerjasama dengan toko offline</li> <li>- Brosur</li> </ul>		
<b>COST STRUCTURE</b>			<b>Revenue Streams</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- BIAYA ALAT DAN BAHAN</li> <li>- BIAYA PEMASARAN (PRINT, BROSUR, DLL)</li> </ul>			Penjualan produk lodeh kikil	

Sumber: Analisis Penulis, 2023

### Pelatihan Kemasan (*Packaging*)

Bentuk kemasan mampu menampung dan melindungi isi ketika didistribusikan. Kemasan berfungsi sebagai sarana pemasaran yang dapat menjadi daya tarik untuk meningkatkan penjualan suatu produk.

Selama ini pengusaha gokil dalam memberi penyajian lodeh kikil kepada konsumen menggunakan kemasan pincuk yaitu dengan menggunakan daun pisang yang sudah dibentuk. Pelatihan kemasan kepada para pengusaha gokil dengan memberikan penjelasan manfaat dan bentuk beberapa kemasan gokil agar mudah dibawa dan memberi kemudahan konsumen dalam mengkonsumsi lodeh kikil.



**Gambar 3.** Pelatihan Kemasan (Packaging)

*Sumber : Survei Lapangan, 2023*

Tim memberi beberapa jenis kemasan, stiker, dan cara mengemas produk kepada para pengusaha lodeh kikil. Ada beberapa jenis kemasan, antara lain : paper bowl, thinwall, kemasan frozen, dan kemasan pincuk. Sosialisasi kemasan lodeh kikil disampaikan ke beberapa Dinas dan Universitas.

Ada 7 informasi yang harus tertuang pada pelabelan kemasan *frozen* : nama produk, komposisi, berat bersih, nama dan alamat produsen, kode produksi, kadaluwarsa, dan nomor izin edar.



**Gambar 4.** Foto Produk Lama (dibungkus daun pisang) dan Produk Baru (*paper bowl*)

*Sumber : Survei Lapangan, 2023*

### **Pelatihan Keuangan**

Banyak pengusaha yang mengalami kegagalan dalam usahanya karena hal sederhana, namun berdampak besar yaitu tidak disiplin dalam mengelola keuangan. Salah satu kesalahan yang paling sering dilakukan adalah tidak tahu cara memisahkan uang usaha dan uang pribadi.



**Gambar 5.** Pelatihan Keuangan

*Sumber : Survei Lapangan, 2023*

Mengelola keuangan harus dilakukan dengan baik untuk membantu mengontrol pengeluaran dan mengelola keuangan. Pengusaha warung gokil diberi pelatihan keuangan secara sederhana dan menempatkan uang agar lebih mudah dipahami dengan mencatat transaksi dan menempatkan uang pada tempat yang sudah ditentukan. Cara membuat arus kas sederhana dengan membuat tabel yang terdiri dari lima kolom, antara lain :

- Waktu terjadinya transaksi
- Keterangan transaksi. Pada transaksi uang masuk (Debet) menulis sumber asalnya. Sedangkan untuk transaksi uang keluar (Kredit) menulis tujuan penggunaan dana usaha tersebut.
- Jumlah uang yang masuk (Debet)
- Jumlah uang yang keluar (Kredit)

Contoh arus kas usaha adalah sebagai berikut,

**Tabel 9.** Contoh Arus Kas Usaha

TANGGAL	KETERANGAN	PEMASUKAN (DEBET)	PENGELUARAN (KREDIT)	SALDO
1/10/2023	Saldo terakhir			3.000.000
1/10/2023	Pembelian bahan gokil dan produksi		1.500.000	1.500.000
1/10/2023	Penjualan gokil	2.500.000		4.000.000
<b>JUMLAH</b>		2.500.000	1.500.000	

Sumber: Analisis Penulis, 2023

### ***Pelatihan Digital Marketing***

Selama ini beberapa pengusaha warung gokil menjual produknya secara langsung kepada konsumen. Pelatihan digital marketing memberikan penjelasan langkah sederhana kepada para pengusaha warung gokil agar memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan omzet penjualannya, antara lain: membuat foto produk, video, membuat *copywriting*, menambah data based, membuat konten marketing, mempromosikan produk secara rutin ke beberapa sosial media, dan memaksimalkan *Google My Business*.



**Gambar 6.** Pelatihan *Digital Marketing*

Sumber : Survei Lapangan, 2023

## Penataan Interior

Penataan Interior dan eksterior warung dilaksanakan agar menambah daya tarik konsumen untuk kembali lagi melakukan kunjungan dan pembelian. Penataan interior dengan memberi spanduk, memberi toples agar penempatan krupuk yang ada di meja lebih tertata, dan memberi lampu hias agar konsumen lebih mudah melihat warung yang dituju.



**Gambar 7.** Pelatihan Interior  
Sumber : Survei Lapangan, 2023

## SIMPULAN

Program pemberdayaan pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan keterampilan dan pengetahuan baru kepada para peserta yang merupakan penjual Lodeh Kikil di Kabupaten Jombang. Pelatihan ini tentang Peningkatan Kelas Warung Lodeh Kikil, agar makanan lodeh kikil tersebut dikenal masyarakat secara luas dengan cara membuat berbagai jenis kemasan : kemasan yang dapat di bawa kemana-mana (*take away*), vacuum sealer, kemasan *frozen*, tempat krupuk, spanduk, lampu hias, kemasan *thin wall*, *paper bowl* dan plastik *frozen*. Target yang hendak dicapai dalam program ini adalah peserta mampu mengetahui dan mengolah Lodeh Kikil menjadi lebih dikenal Masyarakat luas. Program ini dijalankan dalam dua tahap: pelaksanaan dan evaluasi. Keberhasilan program bergantung pada ketersediaan peralatan dan penunjang, ketersediaan lokasi, keterlibatan mitra, dan dukungan masyarakat. Peningkatan kemampuan pemilik warung lodeh kikil, serta peningkatan nilai jual dan nilai tambah, adalah hasil yang dicapai. Diharapkan dengan kegiatan ini pemilik warung menjadi lebih mandiri dalam memperoleh penghasilan.

## Saran

Pengabdian Masyarakat Berbasis Produk Tahun 2023 ini dibuat sebagai rekomendasi dari pihak Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) kepada pihak Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Jombang. Adapun Saran tersebut sebagai berikut : 1) Bagi Dinas Pariwisata Kab Jombang, dapat mengadakan

pengembangan pengabdian masyarakat terutama lodeh kikil di seluruh wilayah Kab. Jombang dan untuk bisnis kuliner sekaligus pengembangan pariwisata di wilayah Kab. Jombang. Lodeh kikil dapat dimanfaatkan sebagai Diet Ketofastosis bagi mereka yang sedang diet (Aulia, 2018; Fadli, 2020), yaitu dapat mengurangi lemak pada tubuh, menguatkan otot, dan memperlambat penuaan. 2) Bagi Bidang Ekonomi Bappeda, dapat mengembangkan kawasan zona KHAS (Kuliner, Halal, Aman dan Sehat) Gokil (Sego Kikil). Beberapa kawasan seperti misalnya: PKL Ahmad Dahlan, Gokil Desa Balung Besok, Tanah Kas Desa (TKD) depan RSNU, dan TKD Desa Ceweng Kec. Diwek. 3) Bagi Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan, dapat mengadakan pelatihan proses produksi aneka olahan Gokil beserta kemasan (*packaging*), pemasaran (*digital marketing*), kewirausahaan (*entrepreneurship*), dan ekspor antar pulau (bukan ekspor antar negara). 4) Bagi Dinas Kesehatan, dapat mengadakan kegiatan Tindak Lanjut Hasil Pengawasan Iklan PIRT Gokil dan kegiatan Desk CAPA Tindak Lanjut Hasil Pengawasan Iklan PIRT Gokil di Kab Jombang. 5) Bagi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kab Jombang, dapat mengadakan kegiatan BPOM Gokil untuk kemasan frozen dan ijin industri. 6) Bagi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, dapat mengadakan kegiatan Pelatihan Kewirausahaan (*entrepreneurship*), Pelayanan Prima (*service excellence*) (Salim et al., 2011), *Business Model Canvas* (BMC) dan *Quality Function Deployment* (QFD) bagi Usaha Gokil di seluruh wilayah Kab. Jombang selain Dusun Balungbesok Desa Mojosongo, Kec. Diwek. 7) Bagi Dinas Perdagangan dan Industri (Disdagrin), dapat mengadakan kegiatan fasilitas halal gokil, uji nutrisi gokil, memberikan fasilitas sewa lahan untuk pengusaha gokil. 8) Bagi Dinas Pendapatan dapat mengadakan kegiatan fasilitas surat keterangan usaha dan pedagang gokil, serta kegiatan lain terkait pengembangan pendapatan pengusaha gokil. Dan 9) Bagi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dapat mengadakan kegiatan Pelatihan Pengusaha Gokil Tingkat Terampil dan Tingkat Mahir. Beserta aneka olahan Gokil beserta kemasan (*packaging*), pemasaran (*digital marketing*), kewirausahaan (*entrepreneurship*).

## UCAPAN TERIMAKASIH

Semoga substansi materi yang tercantum dalam makalah ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Jombang dan menjadi penuntun dalam pencapaian arahan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga nantinya dapat terimplementasi dengan baik dan barokah.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Afkar, R. (2019). *Larisnya Warung Lodeh Kikil "Gus Dur" di Jombang, Kerap Dikunjungi Artis, Pejabat, hingga Budayawan*. <https://bangsaonline.com/berita/58375/larisnya-warung-lodeh-kikil-gus-dur-di-jombang-kerap-dikunjungi-artis-pejabat-hingga-budayawan>
- Agustina, T. S. (2020). *Teori dan Praktik Bisnis Model Kanvas Untuk UMKM*. Mitra Wacana Media.
- Aulia, S. (2018). *Fase - Fase dalam Diet Ketofastosis*. Halodoc. <https://www.halodoc.com/artikel/fase-fase-dalam-diet-ketofastosis>
- Dhirasasna, N., & Sahin, O. (2019). A Multi-Methodology Approach to Creating a Causal Loop Diagram. *Systems*, 7(3), 42. <https://doi.org/10.3390/systems7030042>
- Fadli, R. (2020). *Bukan Sekadar Diet, Ketofastosis Sudah Jadi Gaya Hidup*. Halodoc. <https://www.halodoc.com/artikel/bukan-sekadar-diet-ketofastosis-sudah-jadi-gaya-hidup>
- Nurmianto, E. (2004). Ergonomi Konsep Dasar dan Aplikasinya Edisi Kedua. In *Guna Widya*, Surabaya. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=3fATRXwAAAAJ&citation\\_for\\_view=3fATRXwAAAAJ:M3ejUd6NZC8C](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=3fATRXwAAAAJ&citation_for_view=3fATRXwAAAAJ:M3ejUd6NZC8C)
- Nurmianto, E. (2018). Ergonomics smoke machine for indigenous people in Indonesia. *MATEC Web of Conferences*, 154, 0–4. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201815401103>
- Nurmianto, E. (2022). Aplikasi Quality Function Deployment (QFD) Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Garmen. *Jurnal Tekno*, 19(2), 11–31. <https://doi.org/10.33557/jtekn.v19i2.2077>
- Nurmianto, E., Anzip, A., & Kusriani, D. E. (2020). An ergonomic, mobile and portable design of porang cutting and drying machine on motorcycle. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 722(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/722/1/012075>
- Nurmianto, E., Anzip, A., & Kusriani, D. E. (2021). REBA: an Ergonomics Assessment for Machine Operator of Porang (*Amorphophallus Muelleri*). *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(2), 19. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2020i2.9021>
- Nurmianto, E., Anzip, A., & Sampurno. (2019). Design of mobile, portable and ergonomic fish smoke machine on a motorcycle. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 674(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/674/1/012047>
- Nurmianto, E., & BAPPEDA Kabupaten Jombang. (2023). *Laporan Akhir Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Produk Dusun Mojosongo, Desa Balongbesuk, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang (Kuliner Lodeh Kikil)*.
- Nurmianto, E., Kusuma, S. H., Soehardjoepri, S., Nadhiroh, S. R., Rahmaningsih, S., Fauziah, F. N., & Trikurniawan, G. S. (2024). Processed Seafood Determination for Fishermen Prosperity Using Macro Ergonomic and Analytical Hierarchy Process. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1298(1), 012009. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1298/1/012009>
- Salim, A., Singgih, M. L., & Nurmianto, E. (2011). Pengukuran kualitas layanan menggunakan servqual dan Confirmatory Factor Analysis (CFA) (Studi kasus pada Jurusan Teknik Industri Universitas XYZ). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XIII*, 1–8..