

Dari Potensi Lokal ke Produk Unggulan: Pelatihan Inovasi Emping Ceplis Berbasis Pesantrenpreneur

DOI: <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v9i1.6419>

Wahyu Oktri Widyarto*, Abdul Malik, Herman Wijaya, Muhamad Reza Maulana, Rifki Anwar, Bagas Dwi Septian

Universitas Serang Raya
Jl. Raya Serang – Cilegon Km. 05 (Taman Drangong), Serang – Banten

*Email Korespondensi: woktri@gmail.com

Abstract - This community service program aimed to enhance the capacity of Islamic boarding school (pesantren) members in developing innovative melinjo-based products as an effort to support pesantren economic independence. The activity was conducted at Pondok Pesantren Al Irsyad Banten and focused on training in product innovation of emping ceplis as a diversification of traditional flat emping. The implementation method employed a participatory approach through several stages, including product potential identification, activity socialization, training on emping ceplis product innovation, and initial production mentoring. The innovation outcomes were directed to be managed under the Pesantren-Owned Enterprise (Badan Usaha Milik Pesantren / BUMPES) to ensure sustainability. The results indicate that participants were able to produce emping ceplis with several flavor variants as a form of value-added product innovation. Evaluation of participants' understanding using a post-training questionnaire showed that the majority of participants were classified as having a very high level of understanding, indicating the effectiveness of hands-on training methods. The innovative emping ceplis products demonstrate strong potential to be developed as flagship pesantren products managed through BUMPES. Overall, this program contributes to strengthening pesantren human resource capacity and promoting sustainable local-based entrepreneurial development.

Keywords: Product Innovation; Emping Ceplis; Pesantrenpreneur; BUMPes

Abstrak - Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas santri dan pengelola pesantren dalam pengembangan inovasi produk emping melinjo berbasis potensi lokal sebagai upaya mendukung kemandirian ekonomi pesantren. Kegiatan dilaksanakan di Pondok Pesantren Al Irsyad Banten dengan fokus pada pelatihan inovasi produk emping ceplis sebagai diversifikasi dari emping pipih tradisional. Metode pelaksanaan dilakukan secara partisipatif melalui tahapan identifikasi potensi produk, sosialisasi kegiatan, pelatihan inovasi produk emping ceplis, serta pendampingan produksi awal dengan mengarahkan hasil inovasi sebagai bagian dari portofolio usaha Badan Usaha Milik Pesantren (BUMPES). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan emping ceplis dengan beberapa varian rasa sebagai bentuk inovasi produk. Evaluasi tingkat pemahaman peserta menggunakan kuesioner pascapelatihan menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada pada kategori sangat paham, yang menandakan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Inovasi produk emping ceplis yang dihasilkan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk unggulan pesantren yang dikelola secara berkelanjutan melalui BUMPES. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam penguatan kapasitas sumber daya manusia pesantren serta pengembangan usaha berbasis kearifan lokal.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Emping Ceplis; Pesantrenpreneur; BUMPes



I. PENDAHULUAN

Pesantren memiliki posisi strategis dalam penguatan ekonomi berbasis masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal yang ada di sekitarnya. Pesantren juga berpeluang menjadi pusat pengembangan wirausaha berbasis komunitas yang berkelanjutan. Karakteristik pesantren yang melekat dengan kehidupan sosial masyarakat menjadikannya aktor penting dalam mendorong aktivitas ekonomi produktif berbasis sumber daya lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, penguatan peran ekonomi pesantren menjadi bagian dari agenda pemberdayaan masyarakat yang sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), khususnya dalam pengentasan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan ekonomi lokal berbasis komunitas.

Pendekatan *One Pesantren One Product* (OPOP) mendorong pesantren untuk mengembangkan produk unggulan sebagai sumber kemandirian ekonomi. Melalui pendekatan ini, pesantren diharapkan mampu mengelola potensi lokal menjadi produk bernilai tambah yang berkelanjutan. Namun, pengembangan produk pesantren tidak cukup hanya berfokus pada aspek produksi, melainkan perlu diarahkan pada sistem usaha yang terkelola secara terstruktur dan berkelanjutan. Pada konteks ini, Badan Usaha Milik Pesantren (BUMPES) diposisikan sebagai wadah kelembagaan yang berperan dalam pengelolaan inovasi produk, penguatan tata kelola usaha, serta integrasi aktivitas usaha pesantren dengan masyarakat sekitar (Adhim & Ta'rif, 2021; Maarif, 2024).

Pondok Pesantren Al Irsyad Banten yang berada di Kecamatan Waringinkurung terletak di wilayah sentra emping melinjo, dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah serta dukungan lingkungan masyarakat pengrajin emping. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu sentra emping di Kabupaten Serang dengan kapasitas produksi yang cukup besar (BPS Kabupaten Serang, 2024; Saefullah et al., 2021). Emping melinjo menjadi salah satu komoditas pangan lokal Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan menjadi produk bernilai tambah yang dikelola secara kelembagaan oleh pesantren. Produk emping yang dihasilkan masih didominasi oleh emping pipih dengan variasi produk dan cita rasa yang terbatas, sehingga pengembangan emping ceplis sebagai inovasi produk pesantren belum terarah dalam satu sistem usaha yang berkelanjutan (*Paguyuban Emping Melinjo Waringinkurung*, 2017).

Keterbatasan inovasi produk tersebut menunjukkan bahwa potensi lokal yang tersedia belum sepenuhnya dioptimalkan menjadi produk bernilai tambah yang dikelola secara kelembagaan oleh pesantren. Produk emping yang dihasilkan masih bersifat konvensional dan belum terintegrasi dalam satu sistem usaha pesantren yang terstruktur. Disisi lain, emping melinjo memiliki peluang untuk dikembangkan melalui inovasi bentuk, cita rasa, dan kemasan sehingga mampu meningkatkan nilai jual produk (Gofur et al., 2021). Pengembangan emping ceplis sebagai variasi dari emping pipih merupakan salah satu bentuk inovasi produk yang berpotensi dikembangkan sebagai produk unggulan pesantren apabila diarahkan secara sistematis dan berkelanjutan.

Sejumlah kajian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdahulu menunjukkan bahwa penguatan kewirausahaan pesantren memerlukan dukungan kelembagaan usaha yang terstruktur. Adhim & Ta'rif, (2021), menegaskan bahwa BUMPES berperan strategis sebagai instrumen pengelolaan usaha pesantren agar inovasi produk tidak berhenti pada tahap produksi, tetapi dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Maarif, (2024), menyatakan bahwa pengembangan pesantrenpreneur tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis santri, tetapi juga pada integrasi usaha pesantren dalam sistem ekonomi komunitas yang terorganisasi. Fitriyah et al., (2025), juga menunjukkan bahwa penguatan jiwa kewirausahaan santri melalui unit usaha pesantren mampu meningkatkan kemandirian ekonomi apabila disertai dengan pendampingan dan penguatan tata kelola usaha.

Pada aspek inovasi produk pangan lokal, beberapa penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk dan pengembangan varian rasa berpengaruh terhadap peningkatan daya saing dan nilai tambah produk tradisional. Saefullah et al., (2021), menyampaikan bahwa pengembangan emping melinjo melalui variasi bentuk dan rasa mampu memperluas segmen pasar serta meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Rahmawati et al., (2022), menekankan bahwa pelatihan inovasi produk pangan lokal akan lebih efektif apabila disertai dengan pendampingan berkelanjutan dan penguatan kelembagaan usaha sebagai penopang keberlanjutan kegiatan ekonomi masyarakat.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait pengembangan emping melinjo telah banyak dilakukan dengan pendekatan yang beragam. Sejumlah kegiatan menitikberatkan pada inovasi produk melalui pengembangan varian rasa dan kemasan emping sebagai strategi peningkatan nilai tambah dan daya saing produk pangan lokal (Rahmawati et al., 2022; Sariningsih et al., 2025; Suardi et al., 2023; Sukmawati et al., 2022). Kegiatan lainnya berfokus pada pengembangan bentuk emping dan diversifikasi produk, seperti emping jumbo atau emping kriuk, untuk memperluas segmentasi pasar (Lestari et al., 2023; Muhamnita & Lubis, 2023; Sukmawati et al., 2022). Selain itu, beberapa kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diarahkan pada peningkatan produktivitas dan efisiensi proses produksi melalui perbaikan alat dan teknologi tepat guna, khususnya pada skala usaha rumah tangga, dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) emping melinjo (Saefullah et al., 2021; Supriyadi et al., 2022). Pendampingan pada aspek legalitas usaha, seperti sertifikasi halal, juga menjadi fokus dalam beberapa kegiatan PKM emping melinjo (Widyarto et al., 2024).

Meskipun berbagai pendekatan tersebut telah memberikan kontribusi penting dalam pengembangan emping melinjo, sebagian besar kegiatan PKM masih berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis dan kinerja usaha pelaku UMKM secara individual atau kelompok, serta belum mengintegrasikan inovasi produk sebagai bagian dari sistem pembelajaran kewirausahaan dan penguatan kelembagaan ekonomi berbasis komunitas, khususnya di lingkungan pesantren. Dalam konteks ini, kebaruan kegiatan pengabdian ini terletak pada integrasi pelatihan inovasi produk emping ceplis sebagai media pembelajaran kewirausahaan santri yang sejak awal diarahkan untuk dikelola dalam kerangka usaha pesantren melalui BUMPES. Pada tahap ini, BUMPES diposisikan sebagai arah dan konteks kelembagaan pengelolaan usaha, sementara fokus utama kegiatan tetap pada proses inovasi produk dan peningkatan kapasitas peserta.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan PKM ini difokuskan pada pelatihan inovasi produk emping ceplis berbasis potensi lokal di Pondok Pesantren Al Irsyad Banten dengan menjadikan BUMPES sebagai arah pengelolaan dan pengembangan produk. Pelatihan diarahkan pada pengembangan emping ceplis dengan berbagai varian rasa sebagai upaya peningkatan nilai tambah produk berbasis potensi lokal yang siap dikelola oleh unit usaha pesantren. Pendekatan pelatihan dan pendampingan dipilih sebagai strategi untuk menjembatani kesenjangan antara potensi lokal yang tersedia dan kemampuan pengelolaan usaha pesantren.

Secara khusus, kegiatan PKM ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan santri serta pengelola pesantren dalam mengembangkan inovasi produk emping ceplis, mendorong diversifikasi produk emping melalui pengembangan varian rasa, serta mengarahkan hasil inovasi produk agar dapat dikelola secara berkelanjutan melalui BUMPES sebagai unit usaha pesantren. Melalui kegiatan ini, inovasi produk tidak hanya diposisikan sebagai hasil pelatihan teknis, tetapi juga sebagai bagian dari proses pembelajaran kewirausahaan santri dan penguatan sistem usaha pesantren yang terorganisasi.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini diharapkan mampu memberikan dampak ganda, yaitu peningkatan kapasitas teknis dan kewirausahaan santri serta penguatan peran pesantren sebagai pusat pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal. Pendekatan ini sejalan dengan konsep difusi inovasi yang menekankan pentingnya proses pengenalan, adopsi, dan penguatan inovasi dalam suatu sistem sosial agar dapat diterima dan dikembangkan secara berkelanjutan oleh komunitas sasaran dalam satu sistem usaha yang terstruktur (Rogers, 2003).

II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas santri dan pengelola pesantren dalam mengembangkan inovasi produk emping ceplis berbasis potensi lokal. Tahapan kegiatan disusun secara bertahap agar proses transfer pengetahuan dan keterampilan dapat berjalan secara sistematis dan berkelanjutan. Adapun diagram alir dan tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut.:



Gambar 1: Diagram Alir Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Identifikasi Potensi Produk.

Tahap Identifikasi dilakukan untuk memetakan kondisi awal produk emping melinjo yang dikembangkan di lingkungan pesantren, peluang inovasi emping ceplis, serta kesiapan mitra dalam melakukan diversifikasi produk berbasis potensi lokal. Identifikasi dilakukan melalui observasi awal dan diskusi dengan pengelola pesantren untuk memperoleh gambaran mengenai proses produksi, jenis produk yang telah ada, serta peluang pengembangan produk yang dapat dikelola melalui BUMPES.

2. Sosialisasi Kegiatan.

Sosialisasi bertujuan untuk menyampaikan tujuan, ruang lingkup, dan tahapan kegiatan pelatihan inovasi produk emping ceplis kepada santri dan pengelola pesantren. Pada tahap ini juga dilakukan penyamaan persepsi mengenai peran BUMPES sebagai wadah pengelolaan dan pengembangan produk inovatif pesantren, sehingga peserta memahami arah keberlanjutan kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan.

3. Pelatihan Inovasi Produk Emping Ceplis.

Pelatihan difokuskan pada praktik pembuatan emping ceplis sebagai inovasi dari emping pipih tradisional melalui pengembangan beberapa varian rasa. Materi pelatihan meliputi teknik pengolahan, formulasi bahan baku, pencampuran bahan varian rasa secara seimbang, serta pengendalian kualitas produk agar dihasilkan emping ceplis dengan cita rasa yang konsisten. Pelatihan dilaksanakan secara langsung melalui demonstrasi dan praktik bersama untuk memudahkan peserta memahami setiap tahapan proses produksi.

4. Pendampingan Produksi Awal.

Pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan peserta mampu menerapkan hasil pelatihan secara mandiri dalam proses produksi emping ceplis. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan bimbingan teknis terkait konsistensi rasa, kebersihan proses produksi, serta kerapian pengemasan produk. Pendampingan ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman teknis peserta sekaligus memastikan kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan standar produk layak jual.

5. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kesiapan peserta setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan. Instrumen evaluasi yang digunakan berupa kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur persepsi peserta terhadap pemahaman materi pelatihan, keterampilan teknis produksi, serta keyakinan terhadap potensi produk emping ceplis yang dikembangkan.

Kuesioner terdiri dari 10 pernyataan yang mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

- 1) Pemahaman tahapan dasar produksi emping ceplis
- 2) Pengetahuan bahan baku dan formulasi bumbu varian rasa,
- 3) Pemahaman pentingnya konsistensi rasa dan kualitas produk,
- 4) Pengetahuan dasar pengemasan dan fungsi label produk,
- 5) Pemahaman aspek kebersihan dan kerapian proses produksi, serta
- 6) Persepsi kesiapan dan keyakinan peserta terhadap potensi pasar produk emping ceplis.

Setiap pernyataan direspon oleh peserta menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu:

- 5 = sangat paham,
4 = paham,
3 = cukup paham,
2 = kurang paham, dan
1 = tidak paham.

Hasil pengisian kuesioner digunakan sebagai bahan evaluasi deskriptif untuk menilai efektivitas kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan pemahaman dan kesiapan peserta, tanpa dimaksudkan sebagai pengukuran statistik inferensial.

III. HASIL PENEMUAN DAN DISKUSI

1. Pelatihan Inovasi Produk Emping Ceplis

Pelatihan inovasi produk emping ceplis merupakan kegiatan inti dalam program pengabdian kepada masyarakat ini. Kegiatan pelatihan difokuskan pada pengembangan emping ceplis sebagai inovasi dari emping pipih tradisional melalui diversifikasi varian rasa berbasis potensi lokal pesantren. Pelatihan dilaksanakan secara praktik langsung agar peserta memperoleh pemahaman teknis sekaligus pengalaman empiris dalam proses inovasi produk.

Pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung ini sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat emping melinjo yang menempatkan praktik produksi sebagai metode utama dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Rahmawati et al., (2022); Sukmawati et al., (2022), menunjukkan bahwa pelatihan inovasi emping dengan metode praktik langsung memudahkan peserta memahami proses produksi dan variasi produk dibandingkan penyampaian materi secara teoritis. Dengan pendekatan serupa, pelatihan dalam kegiatan ini dirancang agar peserta dapat terlibat aktif dan memahami tahapan inovasi produk secara menyeluruh.

2. Hasil Inovasi Produk

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan emping ceplis dengan beberapa varian rasa sebagai bentuk diversifikasi produk. Varian rasa yang dikembangkan dalam kegiatan ini meliputi rasa coklat, tiramisu, strawberry, pedas, dan original yang digunakan sebagai sarana latihan inovasi produk dan penyesuaian cita rasa berbasis potensi lokal pesantren. Inovasi ini menjadi langkah awal dalam meningkatkan nilai tambah emping melinjo yang sebelumnya hanya diproduksi dalam bentuk emping pipih. Produk emping ceplis yang dihasilkan memiliki karakteristik bentuk dan cita rasa yang berbeda dari produk emping konvensional, sehingga membuka peluang pengembangan produk yang lebih variatif.

Hasil ini sejalan dengan temuan beberapa kegiatan PKM sejenis yang menunjukkan bahwa diversifikasi produk emping melalui pengembangan bentuk dan varian rasa dapat menjadi strategi awal untuk meningkatkan daya tarik produk pangan lokal (Lestari et al., 2023; Muharnita & Lubis, 2023; Sariningsih et al., 2025; Suardi et al., 2023).



Gambar 2: Proses Pelatihan Inovasi Produk Emping Ceplis

Berdasarkan Gambar 2 diatas, dapat dijelaskan bahwa proses pelatihan inovasi produk emping ceplis dilaksanakan melalui pendekatan praktik langsung yang melibatkan peserta secara aktif dalam setiap tahapan produksi. Gambar tersebut menunjukkan keterlibatan peserta dalam proses pengolahan dan inovasi emping ceplis sebagai upaya peningkatan keterampilan teknis dan pemahaman terhadap proses inovasi produk berbasis potensi lokal.

3. Tingkat Pemahaman Peserta Berdasarkan Kuesioner

Untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan inovasi produk emping ceplis, dilakukan pengukuran menggunakan kuesioner dengan skala terbalik, yaitu 5 (sangat paham) hingga 1 (sangat tidak paham). Kuesioner diberikan setelah pelatihan untuk mengukur pemahaman peserta terhadap proses produksi, inovasi rasa, dan kualitas produk.

Secara umum, hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada pada kategori sangat paham dan paham, yang mengindikasikan bahwa pelatihan berjalan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap inovasi produk emping ceplis. Sebagian kecil peserta berada pada kategori moderat, sementara kategori tidak paham dan sangat tidak paham hampir tidak ditemukan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung mampu meningkatkan pemahaman peserta.

Tabel 1. Tingkat Pemahaman Peserta terhadap Pelatihan Inovasi Produk Emping Ceplis

Skor	Kategori Pemahaman	Persentase (%)
1	Sangat paham	91,5
2	Paham	6,0
3	Moderat	2,5
4	Tidak paham	0,0
5	Sangat tidak paham	0,0

Sumber: Pengolahan data, 2025

4. Pembahasan Hasil Pelatihan

Tingginya persentase peserta pada kategori sangat paham menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap inovasi produk emping ceplis. Peserta tidak hanya memahami tahapan teknis produksi, tetapi juga mampu mengaitkan inovasi produk dengan aspek kualitas, variasi rasa, dan potensi pasar. Pendekatan ini memberikan pengalaman belajar yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan pengembangan usaha berbasis pesantren. Temuan ini sejalan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis pelatihan produk pangan inovatif pada kelompok pelajar, yang menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung efektif dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan teknis, dan motivasi kewirausahaan peserta (Hapsari et al., 2025).

Hasil pelatihan juga menunjukkan bahwa emping ceplis sebagai produk inovatif dapat diterima dengan baik oleh peserta sebagai peluang usaha baru. Tingkat pemahaman yang tinggi menjadi modal awal bagi pesantren dalam mengembangkan produk secara berkelanjutan. Lebih lanjut, kegiatan pengabdian ini juga menunjukkan indikator awal manfaat ekonomi yang dapat diidentifikasi secara kuantitatif. Selama pelaksanaan pelatihan dan pendampingan produksi awal, peserta berhasil menghasilkan emping ceplis dengan total produksi sebesar ± 4 kg, dibandingkan kondisi awal sebelum kegiatan di mana pesantren belum melakukan produksi emping ceplis sebagai produk inovatif. Capaian ini menunjukkan adanya peningkatan aktivitas produksi sebagai hasil langsung dari pelatihan dan pendampingan yang diberikan.

Meskipun volume produksi yang dihasilkan masih bersifat terbatas dan belum diikuti dengan pengukuran peningkatan pendapatan, hasil produksi awal tersebut dapat diposisikan sebagai indikator awal manfaat ekonomi dalam konteks kegiatan PKM jangka pendek. Dengan adanya BUMPES sebagai arah pengelolaan usaha pesantren, capaian produksi awal ini berpotensi dikembangkan lebih lanjut melalui peningkatan skala produksi dan evaluasi manfaat ekonomi pada tahap berikutnya. Dengan demikian, inovasi produk emping ceplis tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai bagian dari portofolio usaha pesantren yang terorganisasi dan berorientasi keberlanjutan.



Gambar 3: Emping Ceplis Varian Rasa

Berdasarkan Gambar 3, dapat dilihat hasil inovasi produk emping ceplis dengan beberapa varian rasa yang dihasilkan oleh peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan. Produk emping ceplis tersebut merupakan hasil penerapan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan dan menjadi bentuk nyata diversifikasi produk emping melinjo yang diarahkan sebagai produk unggulan pesantren.

IV. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan inovasi produk emping ceplis di Pondok Pesantren Al Irsyad Banten berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengembangkan produk emping melinjo berbasis potensi lokal. Pelatihan yang dilaksanakan secara praktik langsung mampu mendorong peserta untuk memahami tahapan produksi, pengembangan varian rasa, serta pentingnya kualitas produk sebagai faktor penentu daya saing.

Hasil evaluasi melalui kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada pada kategori sangat paham terhadap materi pelatihan, yang menandakan efektivitas metode pelatihan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pesantren. Tingkat pemahaman yang tinggi ini menjadi modal awal bagi pesantren dalam mengembangkan inovasi produk secara berkelanjutan.

Inovasi produk emping ceplis yang dihasilkan melalui kegiatan ini memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk unggulan pesantren. Dengan menjadikan BUMPES sebagai arah pengelolaan usaha, hasil inovasi produk tidak hanya berhenti pada tahap pelatihan, tetapi dapat diarahkan menjadi bagian dari sistem usaha pesantren yang terorganisasi. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat kemandirian ekonomi pesantren melalui pengembangan produk inovatif berbasis kearifan lokal.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, disarankan agar pengembangan produk emping ceplis di lingkungan pesantren dapat dilanjutkan melalui pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam peningkatan skala produksi, penguatan konsistensi kualitas produk, serta pengembangan aspek pengemasan dan pemasaran. Pengelolaan produk emping ceplis melalui BUMPES perlu diperkuat agar inovasi produk yang telah dihasilkan dapat dikelola secara terstruktur dan berkelanjutan. Rekomendasi ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan usaha pesantren berbasis potensi lokal serta memperluas dampak ekonomi dan pembelajaran kewirausahaan bagi santri dan masyarakat sekitar.

Ucapan Terima Kasih

Page | 227

Dari Potensi Lokal ke Produk Unggulan: Pelatihan Inovasi Emping Ceplis Berbasis Pesantrenpreneur
Wahyu Oktri Widyarto, Abdul Malik, Herman Wijaya, Muhamad Reza Maulana, Rifki Anwar, Bagas Dwi Septian

Terimakasih dan apresiasi setinggi-tingginya Kami sampaikan kepada Kemendiktisaintek atas pendanaan melalui hibah skema pengabdian kepada masyarakat tahun 2025 sehingga kegiatan ini dapat berjalan.

Daftar Pustaka

- Adhim, F., & Ta'rif. (2021). Ekosistem Pesantrenpreneur Berbasis Pengembangan Potensi Lokal. *Edukasi: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Keagamaan*, 19(2), 127–140.
- BPS Kabupaten Serang. (2024). Kabupaten Serang Dalam Angka (Serang Regency In Figures). In *Badan Pusat Statistik Kabupaten Serang*.
- Fitriyah, E., Sa'diyah, H., & Erdiyani, F. (2025). Penguatan Jiwa Entrepreneur Santri Melalui Program Membatik Di Pondok Pesantren Ar-Rifa'iyah Saronggi Sumenep. *JURNAL LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 24(4), 1129–1143. <https://doi.org/10.32332/tarbawiyah.v8i2.9612.5>
- Gofur, R. M., Albajar, A. M., & Machfudi, T. H. (2021). Strategi Pengembangan Emping Melinjo Untuk Menjadikan Kuliner yang Lebih Bervariasi dan Diminati Konsumen. *JUMANIS - BAJA*, 3(2).
- Hapsari, I., Risnajayanti, Usman, & Hermanto. (2025). Pelatihan Mengolah Kulit Dragon Fruit Sebagai Ide Bisnis Pada Pelajar SMAN 11 Kota Kendari. *Jurnal Abdi Moestopo*, 08(02), 225–236. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v8i2.4738>
- Lestari, H. D., Pujiastuti, R., & Harsuti. (2023). Pengembangan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Hasil Produksi UMKM. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Maarif, S. (2024). *Melihat Ekosistem Kemandirian Pesantren*. <https://kemenag.go.id/kolom/melihat-ekosistem-kemandirian-pesantren-mPgBg>
- Muharnita, & Lubis, H. (2023). Pemanfaatan Melinjo Menjadi Olahan Emping Kriuk dalam Meningkatkan Perekonomian. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 5827–5834.
- Paguyuban Emping Melinjo Waringinkurung*. (2017). <https://empingwaringinkurung.blogspot.com/2017/09/paguyuban-emping-melinjo-waringinkurung.html#more>
- Rahmawati, L. D. A., Nugrhaningsih, P., Arista, D., & Saputra, Z. A. E. (2022). Inovasi Emping Melinjo Untuk Keberlangsungan Bisnis Pada UMKM “Koncone Ngemil” Di Ngorongan Surakarta. *JIMEA, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3).
- Rogers, E. (2003). *The Diffusion of Innovations* (Fifth Edit). The Free Press.
- Saefullah, E., Putra, A. R., & Tabroni, T. (2021). Inovasi Dan Pengembangan Umkm Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 291–299. <https://doi.org/10.46576/rjkpm.v2i2.1111>
- Sariningsih, E., Lukman, I., Cerya, A. X., Wulan, D., Ramadhani, O. K., Pratama, S., & Febriana, Y. (2025). Pemberdayaan UMKM Emping di Dusun Taman Rejo Melalui Pengembangan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Inovasi Rasa dan Kemasan Guna Bersaing di Pasar Nasional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Prodi Akuntansi (JAPMA)*, 5(2), 391–402.
- Suardi, Supriadi, Sinurat, F. K., & Susilo, H. (2023). Inovasi Produk Pada Home Industri Emping Melinjo Di Desa Pematang Tatal Kabupaten Serdang Bedagai Sumatera Utara. *Gembira (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(4).
- Sukmawati, S., Dewi, I. N., Prada, A., Ainun, T., & Awaliyah, R. (2022). Pendampingan Inovasi Produk “Emping Jumbo dengan Varian Rasa” Untuk Meningkatkan Nilai Jual

Emping di Desa Mongpok Kecamatan Cikeusal, Kabupaten Serang. *Jurnal Pengabdian Meambo*, 1(2), 98–105. <https://doi.org/10.56742/jpm.v1i2.16>

Supriyadi, Rahman, T., Tarigan, E. M., Nalhadi, A., Habibi, F., Cahyadi, D., & Widyarto, W. O. (2022). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Peningkatan Produksi Emping Home Industri Karya Sejahtera. *Intervensi Komunitas*, 3(2), 141–147. <https://doi.org/10.32546/ik.v3i2.1548>

Widyarto, W. O., Malik, A., Irawan, A., & Iqbal, M. (2024). Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Keripik Emping. *Dasabhakti*, 3(1).