

OPTIMALISASI KEMAMPUAN UMKM MELALUI STRATEGI PENINGKATAN VALUE PRODUK UNTUK MENCAPAI PRODUK LOKAL UNGGULAN DI KELURAHAN RONTU KOTA BIMA

Kartin Aprianti¹, Mulyadin², Nafisah Nurul Rachmatia³, Dwi Alladin⁴,
Muhammad Syarif⁵, Saodah⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

Email: kartinaprianti93@gmail.com¹, yadinmulyadin19@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKNT_MBKM STIE BIMA adalah untuk memberdayakan pelaku UMKM sehingga kemampuan dari UMKM kelurahan Rontu menjadi lebih optimal. Pemberdayaan ini dilakukan dengan meningkatkan nilai produk melalui inovasi produk (rasa dan tampilan produk) dan inovasi kemasan produk yang eye-catching. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan melalui tahap persiapan, pelaksanaan dan monitoring serta evaluasi kegiatan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan inovasi rasa produk yang beragam dan tampilan warna produk yang menarik serta kemasan produk yang kokoh dan aman dengan desain yang menarik.

Kata kunci : pelaku UMKM, Value Produk, Produk Unggulan

ABSTRACT

The purpose of community service activities carried out by students KKNT_MBKM STIE BIMA is to empower MSME actors so that the abilities of MSMEs in Rontu village become more optimal. This empowerment is carried out by increasing product value through product innovation (product taste and appearance) and eye-catching product packaging innovation. The methods used in this service activity are socialization, training and assistance through the stages of preparation, implementation and monitoring and evaluation of activities. This community service activity produces innovative product flavors and attractive product color displays and sturdy and safe product packaging with attractive designs.

Keywords: MSME actors, Product Value, Featured Products

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, teknologi sangat dengan mudah berkembang dengan pesat yang membawa dampak bagi kehidupan manusia, terutama dalam dunia bisnis. Perkembangan usaha yang bermunculan baik usaha kecil maupun besar yang berdampak

pada persaingan yang ketat baik antar perusahaan yang sejenis maupun tidak sejenis. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang mendorong produsen untuk lebih berpola pikir pada bentuk produk yang ditawarkan, dengan melihat dari segi manfaat dan dasarnya saja.

Menghadapi persaingan antar produsen yang semakin pesat, produsen tidak boleh terpaku pada produknya yang seperti itu saja. Produsen harus mengeluarkan inovasi inovasi terbaru untuk produk yang ditawarkannya. Cara yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen adalah dengan melakukan inovasi dalam produk dan pengemasan produk (Yuliana & Widyakanti, 2020). Pengembangan produk dilakukan dengan memberikan varian rasa baru yang berbeda atau dapat berupa perubahan tampilan warna serta bentuk produk yang menarik (Sukmawati, 2022). Inovasi dalam hal pengemasan yakni dengan menampilkan gambar dan pandangan suatu produk. Kemasan harus dibentuk / di desain semenarik mungkin dengan menampilkan informasi yang jelas (Bastomi, 2022). Dengan desain yang menarik dari kemasan, konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Inovasi produk (inovasi rasa dan tampilan produk) disertai dengan kemasan yang didesain dengan baik , akan membujuk , menarik perhatian dan megarahkan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli sehingga tujuan usaha akan berjalan dengan baik (Ulya dkk, 2022). Dalam sistem penjualan, pemberian kemasan memegang kuasa yang sangat penting mengingat banyaknya persaingan yang terjadi dan pengemasan dan desain produk yang baik juga merupakan ciri khas suatu produk yang akan diingat oleh konsumen (Sudaryanti, dkk., 2022)

Pelaku UMKM yang ada di kelurahan rontu terdiri dari UMKM rengginang, UMKM pangaha bunga dan UMKM. Ketiga UMKM tersebut belum memiliki inovasi produk dalam hal varian rasa dan tampilan produk . Rasa produk dari UMKM masih rasa original dengan rasa asin gurih untuk rengginang dan pangaha bunga, pada dodol memiliki rasa khas manis dari gula merah. Para pelaku belum memiliki pengetahuan mengenai inovasi pengolahan varian rasa ataupun tampilan produk (warna dan bentuk) agar dapat meningkatkan nilai produk usaha mereka.



Gambar 1. Survey ke Pelaku UMKM Kelurahan Rontu

Selain itu para pelaku UMKM juga mengatakan kendala lain yang dihadapi salah satunya masih dikemas menggunakan plastik biasa yang rentan robek jika ada benturan atau gesekan mengakibatkan produk mereka terutama pangaha bunga dan rengginang mudah hancur. Produk dodol juga masih dikemas dengan kemasan plastik mika biasa sehingga kurang menarik bagi konsumen yang membeli. Pengemasan yang kurang baik menjadi salah satu kendala dalam hal memasarkan produk, hal ini dikarenakan menggunakan plastik biasa membuat produk dari UMKM menjadi tidak tahan lama dan mudah hancur saat dipasarkan.

Tujuan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKNT-MBKM STIE BIMA ini adalah pemberdayaan dengan meningkatkan *value* produk melalui inovasi produk (varian rasa dan tampilan) dan inovasi pengemasan yang menarik agar produk UMKM dapat meningkatkan daya saing produknya sehingga dapat menjadi produk UMKM unggulan di Kelurahan Rontu .

METODE

Program pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKNT-MBKM STIE BIMA menggunakan pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Rontu Kota Bima yang terdiri dari UMKM rengginang, UMKM Pangaha Bunga dan UMKM Dodol. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya maka solusi yang telah dilakukan adalah sosialisasi, penyuluhan serta pelatihan dan pendampingan pada pemilik UMKM.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pendekatan sosial yang menempatkan masyarakat binaan sebagai subyek kegiatan dan metode kaji terap partisipatif (*Participatory Action Reseach*) pada tahap pelatihan dan praktik demonstrasi inovasi cita rasa dan tampilan warna pada produk UMKM , sekaligus inovasi

pada kemasan produk. Adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah

Tahap persiapan

Tahap persiapan ini meliputi survei awal untuk mengidentifikasi pelaku UMKM yang menjadi kelompok sasaran kegiatan, program dan metode pelatihan, serta karakteristik fisik yang terdiri dari rasa produk dan tampilan produk (warna dan bentuk) dari produk yang selama ini dibuat oleh ketiga pelaku UMKM tersebut.

Tahap pelaksanaan

1. Sosialisasi program kerja, dilakukan untuk menginformasikan program kerja kepada masyarakat di kelurahan Rontu, khususnya pelaku UMKM yang menjadi sasaran kegiatan.
2. Pelatihan dan pendampingan teknik inovasi produk dalam hal warna produk yang menarik dan cita rasa produk yang beragam. Pada tahap ini dilakukan dengan melakukan pelatihan serta pendampingan pada ketiga pelaku UMKM untuk membuat varian rasa yang beragam serta penambahan warna produk menjadi menarik sehingga meningkatkan value produk tersebut.
3. Pendampingan teknik pengemasan yang bertujuan agar produk semakin menarik dengan kemasan yang berisi informasi produknya serta meningkatkan nilai estetika bagi produk UMKM tersebut.

Tahap Monitoring Dan Evaluasi.

Tahap Monitoring dilakukan secara intensif oleh tim pelaksana setiap kegiatan berlangsung untuk memastikan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan monitoring, sehingga jika ada kendala akan segera di selesaikan. Evaluasi dilakukan setiap tahap kegiatan, adapun rancangan evaluasi memuat uraian bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Program Kerja

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi program kerja bertempat di Aula Kantor Kelurahan Rontu, dan dihadiri oleh aparat kelurahan, tokoh pemuda, tokoh masyarakat, pelaku UMKM, tokoh pemuda, Karang Taruna, serta perwakilan dari organisasi setempat

serta masyarakat setempat. Materi sosialisasi diantaranya mengenai mengenai pelatihan produk UMKM terkait inovasi pengembangan produk (rasa dan tampilan produk) serta inovasi kemasan yang menarik. Kegiatan ini dilakukan untuk menumbuhkan minat dan kesadaran masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk meningkatkan nilai produknya sehingga secara otomatis kemampuan UMKM di Kelurahan Rontu dalam mengolah produk semakin meningkat.

Pada kegiatan ini tampak bahwa pada dasarnya masyarakat dan pelaku UMKM setempat sadar ingin mengembangkan produk UMKM kelurahan Rontu namun belum memiliki pengetahuan terkait inovasi tersebut. Adanya kegiatan sosialisasi program kerja, masyarakat menyambut secara positif dan berharap dapat meningkatkan pendapatan juga dapat memperbesar peluang pasar.



Gambar 2. Sosialisasi Program Kerja

Pelatihan Dan Pendampingan Inovasi Produk UMKM

Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan di lokasi UMKM rengginang, pangaha bunga dan dodol. Dari kegiatan pelatihan inovasi produk dihasilkan varian rasa produk yang beragam diantaranya pada UMKM rengginang selain rasa original yang gurih, juga menambah varian rasa menggunakan bubuk tabur rasa sapi panggang, balado, *barbeque* dan jagung bakar. Inovasi lain dalam produk rengginang adalah mengubah ukuran rengginang sedikit lebih kecil dari ukuran aslinya yang bertujuan agar rengginang mudah dilahap dalam satu gigitan.

Pada UMKM pangaha bunga yang merupakan cemilan berbentuk bunga, inovasi produk dilakukan dengan memberikan tampilan warna warni pangaha bunga sehingga tampilannya menjadi menarik dengan rasa yang beragam pula. Inovasi cita rasa pangaha bunga yang telah dilakukan, dihasilkan rasa original dengan tampilan warna putih memiliki rasa gurih, rasa ketan hitam dengan tampilan warna hitam dari ketan hitam, rasa pandan dengan tampilan warna ijo dari daun pandan dan yang terakhir rasa gurih dengan tampilan

warna merah dari pewarna makanan.

Inovasi cita rasa produk pada UMKM dodol dilakukan dengan memberikan varian rasa sehingga dihasilkan inovasi selain rasa original dari gula merah, yaitu dodol dengan rasa durian dan rasa nanas yang menambah cita rasa dodol semakin enak dan wangi.



Gambar 3. Pelatihan Dan Pendampingan Inovasi Produk UMKM

Pendampingan Teknik Pengemasan Yang Menarik Pada Produk UMKM

Kemasan menjadi cerminan bisnis yang didirikan oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek dalam rangka mempromosikan penjualan (Kasino, 2020). Pada intinya, kemasan dapat mendukung loyalitas merek serta mendorong penjualan apabila dirancang dengan baik, karena bagian pertama yang dilihat oleh konsumen adalah kemasan produk (Mukhlis et al., 2022).

Kegiatan pendampingan pengemasan ini dilakukan di lokasi masing-masing pelaku UMKM renggintang, pangaha bunga dan dodol. Pengemasan yang dilakukan menggunakan standing pouch yang *eye catching* sehingga produk yang dihasilkan terlindungi dari pencemaran lingkungan luar dan memiliki nilai estetika. Desain kemasan yang dibantu oleh tim pengabdian masyarakat KKNT-MBKM meliputi pemberian penamaan produk, pemberian komposisi bahan, jenis varian rasa dan pemberian warna serta desain gambar yang *eye-catching*.

Pengemasan produk yang baik dan label produk yang menarik dapat membuat konsumen dan calon konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Sebagai contoh, jika ada suatu produk yang tidak berlabel dan dikemas dengan kemasan yang biasa saja disandingkan dengan produk yang berlabel menarik dan dikemas dengan kemasan yang premium di dalam supermarket, tentu calon konsumen akan memilih produk yang berlabel menarik dan memiliki kemasan yang baik (Yuliana & Widyakanti, 2020). Hal tersebut

dikarenakan rasa kepercayaan konsumen terhadap produk yang lebih meyakinkan.



Gambar 4. Pendampingan Pengemasan yang *Eye-catching*

Hasil Monitoring Dan Evaluasi Kegiatan

Dalam tahapan ini dapat diketahui bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan telah mencapai keberhasilan dan tujuan dari kegiatan pengabdian ini. Hal tersebut dapat dilihat dari terciptanya inovasi cita rasa produk yang beragam yang mengakibatkan meningkatnya kemampuan UMKM, selain itu inovasi kemasan yang lebih baik dari sebelumnya sehingga memberikan keawetan produk itu sendiri. Selain itu, pelaku UMKM rengginang, pangaha bunga dan dodol mengalami kenaikan penjualan yang signifikan dari kegiatan inovasi yang telah dilakukan sehingga pendapatan UMKM semakin meningkat.

SIMPULAN

Upaya mengoptimalkan kemampuan UMKM dengan cara meningkatkan value produk UMKM dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat yang disertai sosialisasi, pelatihan dan pendampingan inovasi produk dalam hal inovasi produk serta membantu pengemasan yang menarik. Luaran kegiatan ini telah dihasilkan produk UMKM dengan berbagai varian rasa yang beragam juga tampilan warna produk yang lebih menarik serta dikemas dengan aman, kokoh, tahan lama dengan desain *eye-catching* sehingga menarik minat pembeli.

Serangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat telah dilaksanakan dengan baik dan mendapatkan respon positif dari masyarakat setempat khususnya pelaku UMKM sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk (rasa dan tampilan) dan kemasan produk yang *eye-catching* menjadikan produk lebih unggul dipasaran sehingga mampu mendorong keputusan pembelian konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada Perangkat Kelurahan Rontu serta Masyarakat dan pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Rontu yang telah bersedia menjadi tempat untuk TIM pengabdian masyarakat melaksanakan kegiatan serta semua pihak yang telah turut serta dalam membantu terlaksananya program kegiatan KKNT-MBKM STIE BIMA.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastomi, M. (2022). Peningkatan Daya Saing Kopi Dengan Strategi Kemasan Dan Pemasaran Di Dusun Borojabung. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–6.
- Mukhlis, M., Latif, L. A., Tjiroso, B., & Rais, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 91–98
- 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.
- Sudaryanti, D., Bastomi, M., & Sholehuddin, S. (2022). Peningkatan Penjualan Produk Industri Kreatif Melalui Pelatihan Packaging dan Packing di RW 01 Kelurahan kedungkandang Kota Malang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 434–441.
- Ulya, H. N. M., Shadrudin, R., & Ayu, D. P. (2022). Peningkatan Inovasi Produk Keripik Tempe" Cipta Rasa" di Ketawang Madiun. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 97-111.
- Yuliani, R., & Widyakanti, W. (2020). Pengabdian: Menciptakan Value Added (Nilai Tambah) Kripik Tempe Sagu Melalui Variasi Rasa Dan Inovasi Kemasan. *Kuat: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71-76.