

PENGEMBANGAN PRODUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN HASIL PRODUKSI UMKM

Herwiek Diyah Lestari ¹⁾, Ratna Pujiastuti ²⁾, Harsuti ³⁾

^{1,2,3}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto
Kampus UNWIKU Jalan Beji Karangsalam Purwokerto 53152

¹⁾ e-mail: dlherwiek72@gmail.com

²⁾ e-mail: ratnapujiastuti23@yahoo.co.id

³⁾ e-mail: harsutiunwiku@yahoo.co.id

Info Artikel

Kata Kunci:

Usaha Mikro Kecil dan Menengah; Klasifikasi Produk; Pengembangan Produk

Keywords:

Micro Small and Medium Enterprises; Product Classification; Product Development

Copyright © 2022 penulis

Abstrak

Kegiatan pengabdian bertujuan untuk membantu masyarakat, khususnya para pelaku UMKM, dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai pengembangan produk untuk meningkatkan hasil produksi. Metode yang dilakukan melalui pendampingan, diskusi, pelatihan keterampilan, dengan materi tentang mengenal tingkatan dan klasifikasi produk serta Strategi Pengembangan Produk. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa berdasarkan identifikasi yang dilakukan, masih terbatasnya pengetahuan para pelaku UMKM terkait bagaimana cara pengembangan produk yang dihasilkannya, baik dari variasi produk, pengemasan, dan pembuatan merknya. Adanya keterbatasan pemahaman yang dimiliki para pelaku UMKM, maka tim pengabdian memberikan pengetahuan tentang pentingnya diversifikasi produk, cara pengemasan, dan pemberian merk terhadap produk yang dihasilkan, sehingga para pelaku UMKM terdorong untuk menerapkan dan mempraktekkan pengetahuan mereka untuk meningkatkan hasil produksi yang digelutinya guna mendukung terwujudnya tujuan UMKM untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Abstract

Service activities aim to help the community, especially MSME actors, by providing knowledge and understanding regarding product development to increase production results. The method is carried out through mentoring, discussions, skills training, with material about knowing the level and classification of products and Product Development Strategies. The results of the service show that based on the identification carried out, there is still limited knowledge of MSME actors regarding how to develop the products they produce, both from product variations, packaging, and branding. There is a limited understanding possessed by MSME actors, the service team provides knowledge about the importance of product diversification, packaging methods, and branding of the products produced, so that MSME actors are encouraged to apply and practice their knowledge to increase the production they are involved in to support the realization the purpose of MSME is to grow and develop their businesses in the context of building a national economy based on a just economic democracy

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan istilah yang sering didengar dan baca di berbagai media massa. Akan tetapi sedikit orang yang tahu kriteria peluang usaha yang dikategorikan sebagai UMKM, apakah jenis peluang usaha tersebut. Menurut para ahli

pengertian UMKM dapat dilihat dari berbagai perspektif, baik dari segi kekayaan yang dimiliki pelaku usaha, jumlah tenaga kerja yang dimiliki atau dari segi penjualan/omset pelaku UMKM. Lembaga internasional Bank Dunia mengklasifikasikan UMKM berdasarkan kondisi karyawan, pendapatan, dan nilai aset. Sementara itu, Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 mengelompokkan jenis UMKM berdasarkan kriteria aset dan omzet. Sedangkan Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja lima orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia memandang penting keberadaan para pelaku UMKM. Hal ini dibuktikan UMKM bersama dengan Koperasi memiliki wadah secara khusus di bawah Kementerian Koperasi dan UKM. Perhatian tinggi yang diberikan kepada para pelaku UMKM tersebut tidak lain sebagai wujud pemerintah dalam menyangga ekonomi rakyat kecil. Apalagi, UMKM mampu memberikan dampak secara langsung terhadap kehidupan masyarakat di sektor bawah. Karena itu, dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan kekuatan utama ekonomi Indonesia.

UMKM memiliki peran yang besar terhadap kehidupan masyarakat Indonesia. Setidaknya terdapat tiga peran UMKM yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil, yang antara lain adalah sebagai Sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan. Peran UMKM penting yang pertama adalah sebagai sarana mengentaskan masyarakat kecil dari jurang kemiskinan. Alasan utamanya adalah, tingginya angka penyerapan tenaga kerja oleh UMKM. Hal ini terbukti dalam data milik Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2011. Disebutkan, lebih dari 55,2 juta unit UMKM mampu menyerap sekitar 101,7 juta orang. Angka tersebut meningkat menjadi sekitar 57,8 juta unit UMKM dengan jumlah tenaga kerja mencapai 114 juta orang.

Peran penting kedua dari UMKM adalah sebagai Sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil. UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam pemerataan ekonomi masyarakat. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM memiliki lokasi di berbagai tempat. Termasuk di daerah yang jauh dari jangkauan perkembangan zaman sekalipun. Hal ini dibuktikan dengan Keberadaan UMKM di 34 provinsi yang ada di Indonesia tersebut memperkecil jurang ekonomi antara yang miskin dengan kaya. Selain itu, masyarakat kecil tak perlu berbondong-bondong pergi ke kota untuk memperoleh penghidupan yang layak.

Peran penting ketiga dari UMKM adalah memberikan pemasukan devisa bagi negara. Peran UMKM ketiga ini tidak kalah penting dengan dua peran UMKM yang telah disebutkan di atas. UMKM mampu memberikan pemasukan bagi negara dalam bentuk devisa. Saat ini, UMKM Indonesia memang sudah sangat maju. Pangsa pasarnya tidak hanya skala nasional, tapi internasional. Hal ini dibuktikan dengan data dari Kementerian Koperasi dan UKM di tahun 2017 menunjukkan tingginya devisa negara dari para pelaku UMKM. Angkanya pun sangat tinggi, mencapai Rp 88,45 miliar. Angka ini mengalami peningkatan hingga delapan kali lipat dibandingkan tahun 2016. Dengan tiga peran yang dimilikinya tersebut, tidak salah kalau para pelaku UMKM tak bisa dipandang sebelah mata. Dari beberapa pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM memegang peranan penting sebagai sektor yang potensial dan penjaga stabilitas perekonomian, mengingat usaha kecil dan menengah mempunyai keterlibatan yang sangat tinggi terhadap angkatan kerja dan peningkatan kesejahteraan rakyat (Al Farisi, Fasa, Suharto, 2022).

Terkait dengan Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrument untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar

bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

Pengembangan UMKM salah satunya tidak lepas dari pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan usaha perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan mengembangkan produk atau memperbaiki produk untuk pasar yang dikuasai sekarang (Kotler, 2000). Pengembangan produk dengan alasan *Financial Goals* dikarenakan suatu perusahaan atau produsen ingin mencapai finansial yang telah ditargetkan. Pengembangan produk dapat meningkatkan nilai yang terkandung dalam produk dibanding dengan produk sebelumnya yang belum dikembangkan. Maka, semakin produk itu berkembang, maka nilai produk tersebut akan bertambah. Hal itu akan memperbesar kemungkinan perusahaan dalam mencapai finansial yang ditargetkan.

Desa Kebarongan merupakan salah satu desa di Kecamatan Kemranjen Kabupaten Banyumas, yang masyarakatnya banyak sebagai pelaku UMKM. Pengusaha mikro yang ada di desa Kebarongan terdiri dari pengusaha emping, kecap manis dan pedas, pengusaha sale pisang, pengusaha keripik pisang, dan pengusaha gula Jawa. Emping merupakan jenis makanan ringan yang terbuat dari melinjo (biji melinjo) sebagai bahan baku utama. Di desa Kebarongan, emping melinjo merupakan salah satu makanan khas yang menjadikan Desa Kebarongan terkenal sebagai salah satu desa di Kecamatan Kemranjen yang mayoritas warganya menjadi pengusaha emping rumahan (*home industry* emping). Namun baik pengusaha emping, kecap, sale pisang, keripik pisang, dan pengusaha gula Jawa, masih menghadapi kendala dalam usahanya. Sebagai contoh pengusaha emping Kebarongan belum mendapat pemasok melinjo yang dapat memasok melinjo dalam jumlah besar, yang pada nyatanya di Kebarongan sendiri jumlah pohon melinjo belum terlalu melimpah, serta kurangnya pengembangan produk (variasi produk, kemasan, dan merk) dari produk-produk UMKM yang dihasilkan.

Pengembangan produk juga dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dapat menghasilkan produk baru untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen. Dengan memperhatikan keinginan dan selera konsumen, maka diharapkan mampu meningkatkan hasil produksi dan penjualannya. Dengan meningkatnya hasil produksi dan penjualan dari UMKM, maka lambat laun akan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat.

Mengingat pentingnya pengetahuan tentang pengembangan produk untuk meningkatkan hasil produksi bagi Usaha Menengah Kecil dan Menengah, maka kami mengadakan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan pada bulan Maret-Mei 2019 di desa Kebarongan, kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas.

METODE

Metode yang dilakukan melalui pendampingan, diskusi, pelatihan keterampilan, dengan materi tentang mengenal tingkatan dan klasifikasi produk serta Strategi Pengembangan Produk. Waktu pelaksanaan kegiatan dilakukan mulai bulan Maret sampai dengan Mei 2019 dan dilaksanakan di desa Kebarongan, kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. Diharapkan kegiatan ini para pelaku UMKM terdorong untuk menerapkan dan mempraktekkan pengetahuan mereka untuk meningkatkan hasil produksi pada Usaha Menengah Kecil dan Menengah yang digelutinya. Serta dengan adanya kegiatan pengabdian ini akan mampu mendukung pemerintah dalam mewujudkan tujuan UMKM seperti yang tertuang dalam pasal 3 UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan Mei 2019. Pertemuan dihadiri oleh ibu-ibu anggota dan Pengurus PKK serta para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) desa Kebarongan, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan di Balai desa Kebarongan, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas.



Gambar 1. Tim Pengabdian FEB UNWIKU beserta Pelaku UMKM dan Pengurus PKK desa kebarongan, kecamatan Kemranjen, kabupaten Banyumas dan.
(Sumber: Dokumentasi Kegiatan)

Kegiatan pengabdian yang berkaitan dengan UMKM Desa melalui Pengembangan Produk Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan hasil Produksi dan Penjualan, mendapat respon baik, dan peserta antusias mengikuti jalannya kegiatan. Sasaran kami adalah para pelaku Usaha Menengah Kecil dan Menengah (UMKM) desa Kebarongan, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas, dan para ibu-ibu anggota PKK di desa Kebarongan, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. Adapun alasan dari dipilihnya tema dari kegiatan tersebut adalah karena masih terbatasnya pengetahuan dari para pelaksana UMKM yang ada di desa Kebarongan, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas terkait bagaimana cara pengembangan produk yang dihasilkannya. Adapun produk UMKM yang sudah ada terdiri dari Usaha Emping Mlinjo, Kecap, Sale dan keripik Pisang, serta gula jawa.

Produk UMKM yang ada, rata-rata masih membutuhkan pengembangan, baik dari variasi produk, pengemasan, dan pembuatan merknya. Untuk produksi emping mlinjo masih berupa emping mentah yang dijual kiloan. Pengembangan produk yang bisa dilakukan adalah dengan menjual variasi produk emping mlinjo baik yang masih mentah ataupun sudah matang dengan variasi rasa yang berbeda-beda. Hal ini ditujukan agar produk emping yang dihasilkan tidak hanya sebatas produk yang diklasifikasikan sebagai produk yang hanya memiliki manfaat inti dan dasar, tetapi juga diharapkan mampu ditingkatkan menjadi produk Produk yang diharapkan (*expected Product*), Produk yang ditingkatkan (*augmented Product*), bahkan menjadi Produk potensial (*potential Product*).

Untuk bisa menjadikan produk emping mlinjo yang dihasilkan dapat diklasifikasikan sebagai produk yang diharapkan, ditingkatkan, bahkan potensial, maka adalah dengan membuat variasi menjadi emping dengan aneka rasa, seperti rasa buah, rasa jagung bakar, rasa greentea,

rasa coklat, dan lain-lain. Produk Emping juga bisa ditingkatkan klasifikasinya dengan cara menghasilkan produk emping dengan rendah purin. Dengan pengembangan produk melalui perubahan klasifikasi ini, maka diharapkan bisa mendapatkan pasar sasaran yang lebih luas, sehingga nantinya bisa meningkatkan penjualan dan produk emping mlinjo yang dihasilkan.



Gambar 2. Pengembangan Produk Emping Mlinjo dengan merk *PingRong* Aneka Rasa (Cokelat, *Greentea*, Keju, dan Jagung Bakar)
(Sumber: Dokumentasi Kegiatan)

Produk kedua yang dihasilkan di desa Kebarongan adalah Kecap. Seperti halnya produk emping, maka untuk bisa menjadikan produk kecap yang dihasilkan dapat diklasifikasikan sebagai produk yang diharapkan, ditingkatkan, bahkan potensial, maka dapat dilakukan dengan membuat variasi menjadi kecap dengan varian rasa, seperti kecap pedas, kecap bumbu bacem, dan lain-lain. Produk kecap juga bisa ditingkatkan klasifikasinya dengan cara menghasilkan produk kecap dengan rendah gula yaitu dengan pemakaian pemanis dari tumbuhan. Dengan pengembangan produk melalui perubahan klasifikasi ini, maka diharapkan bisa mendapatkan pasar sasaran yang lebih luas, sehingga nantinya bisa meningkatkan penjualan dan produk kecap yang dihasilkan.



(Sumber: Dokumentasi Kegiatan)

Gambar 3. Pengembangan Produk Kecap merk UMMI dengan Kedelai Hitam Aneka Rasa (Manis dan Manis Pedas)

Adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat mengenai pengembangan produk UMKM, diharapkan akan dapat membuka wawasan bagi para pelaksana UMKM di desa Kebarongan, kecamatan Kemranjen, kabupaten Banyumas. Adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat mengenai pengembangan produk UMKM ini juga diharapkan dapat membantu mereka dalam dalam menghadapi masalah-masalah pengembangan produk yang selama ini dihadapinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian pada masyarakat serta pembahasan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa perlunya pengetahuan tentang tingkatan dan klasifikasi produk serta strategi pengembangan produk di kalangan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Kebarongan, kecamatan Kemranjen, kabupaten banyumas, dan juga bagi Ibu-ibu anggota dan pengurus PKK.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9iNo.1.307>
- Boyd, Walker, Larreche, (2000). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Badan Pusat Statistik (BPS)
- Kotler, P.(2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, PT.Prehalindo, Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.