

Pengembangan Produk Kicimpring UMKM Maeni Homemade Milik Kelompok Wanita Tani (KWT) Kampung Lengkong

Product Development of Kicimpring Maeni Homemade MSME Belongs to The Group of Women Farmers (GWF) In The Village of Lengkong

Muhammad Sahrul Mubarak¹

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru, Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Ciawi, Bogor 16720, e-mail: m.sahrul.mubarak@unida.ac.id

(Diterima: 05-07-2022; Ditelaah: 10-08-2022; Disetujui: 29-08-2022)

Abstrak

Kurangnya pemahaman pelaku UMKM MAENI Homemade mengenai cara pengembangan dan pemasaran produk menjadikan nilai produk kelompok wanita tani menjadi kurang bernilai ekonomis. Peningkatan produktivitas menuju keunggulan kompetitif akan dicapai seiring dengan upaya memperkuat kemampuan sumber daya manusia berbasis pengembangan produk. Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk mengetahui peningkatan ekonomi melalui pengembangan produk dengan memaksimalkan pemanfaatan media yang ada dengan cara memperbaiki produk yang sudah ada oleh pelaku UMKM dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk UMKM MAENI Homemade. Metode yang digunakan adalah Pendekatan Orang Dewasa (POD) dengan melakukan metode sosialisasi, bertukar pikiran dengan pelaku UMKM dan praktik kegiatan program yang menyesuaikan kondisi lapangan. Para Pelaku UMKM Desa Pasir Buncir khususnya UMKM MAENI Homemade mengetahui pentingnya pengembangan produk dalam meningkatkan perekonomian. Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian, maka dapat meningkatkan perekonomian UMKM melalui pengembangan produk dengan memaksimalkan pemanfaatan media yang ada. Selain itu, para pelaku UMKM Desa Pasir Buncir khususnya UMKM MAENI Homemade dapat secara mandiri dalam mengembangkan produknya.

Kata kunci: Pengembangan, Produk, Peningkatan Ekonomi

Abstract

The lack of understanding of MAENI Homemade MSME actors about how to develop and market products makes the product value of the women farmer group less economically valuable. Increased productivity towards competitive advantage will be achieved by increasing the capacity of product-based human resources. The purpose of this Community Service (PKM) activity is to see economic improvement through product development by maximizing the use of existing media by improving existing products by MSME players with the assumption that customers want new elements regarding MAENI Homemade MSME products. The method used is the Adult Approach (POD) by conducting the socialization method, exchanging ideas with MSME actors and practicing program activities that adapt to field conditions. The SMEs in Pasir Buncir Village, especially the MAENI Homemade MSMEs, pay attention to the importance of improving products in improving the economy but do not see how to do it, even though by maximizing the use of existing media product development can be done. Based on the results of service activities, it can improve the economy of MSMEs through products by maximizing the use of existing media. In addition, the SMEs in Pasir Buncir Village, especially MAENI Homemade MSMEs, can independently develop their products.

Keywords: Development, Products, Economic Improvement

PENDAHULUAN

Menurut Tjiptono (2008), pengembangan produk adalah strategi untuk produk baru meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan

merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Tujuan pengembangan produk adalah untuk memberikan nilai maksimal bagi konsumen, memenangkan persaingan perusahaan dengan memilih produk yang inovatif, produk yang dimodifikasi serta mempunyai nilai yang tinggi baik dalam desain warna, ukuran, kemasan, merek, dan ciri-ciri lain. Menurut Kotler dan Keller (2008), umumnya tujuan pengembangan produk baru adalah untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai investor, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru dari pada produk sebelumnya dan untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang sudah ada, yaitu dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan jenis kepuasan yang baru. Bentuknya bisa bertambah terhadap lini produk yang sudah ada maupun revisi terhadap produk yang telah ada.

Setiap perusahaan harus mempunyai strategi dalam melakukan pengembangan produk. Hal ini bertujuan agar produk yang akan dikembangkan dapat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan konsumen yang sudah ada tetap tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh suatu perusahaan serta menarik konsumen baru. Menurut Kotler dan Keller (2008), strategi pengembangan produk terdapat beberapa jenis salah satunya adalah memperbaiki yang sudah ada. Dalam hal ini perusahaan menggunakan teknologi dan fasilitas yang ada untuk membuat variasi dan memperbaiki produk yang ada. Dalam menggunakan cara ini perusahaan tidak memiliki resiko besar, karena hanya akan melakukan perubahan yang menyeluruh dan memperluas lini produk. Jenis pengembangan produk dilakukan perusahaan dengan cara menambah item pada lini produk yang sudah ada atau menambah lini produk baru.

Pengembangan produk baru bukan merupakan hal yang mudah bagi perusahaan yang menjalankannya. Proses pengembangan produk untuk setiap perusahaan juga berbeda, tergantung produk serta tingkat kompleksitasnya dan umumnya kegiatan-kegiatan ini lebih membutuhkan daya analisis intelektual dan manajemen organisasi. Perusahaan harus menyadari bahwa dalam pelaksanaan pengembangan produk, kemungkinan perusahaan mengadakan perubahan ciri-ciri khusus produk, meningkatkan mutu produk, menambah tipe produk dan mengubah ukuran produk untuk memuaskan pasar. Pada saat perusahaan mengalami kemunduran dan menghadapi persaingan yang cukup tinggi, maka kebijaksanaan produk khususnya pengembangan produk merupakan salah satu alternatif jika kebijaksanaan non produk seperti promosi, penentu harga serta saluran distribusi tidak memberikan hasil yang memuaskan untuk dapat menjamin kesinambungan produk di pasar.

Peningkatan ekonomi merupakan suatu hal yang sepenuhnya harus dilakukan guna memberikan kesejahteraan kepada masyarakat. Peningkatan ekonomi sendiri merupakan upaya yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok untuk menjadikan perekonomian menjadi lebih baik. Dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat, pemerintah Desa Pasir Buncir mendorong masyarakat untuk menggali potensi sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Salah satunya adalah hasil dari pertanian dan perkebunan. Desa Pasir Buncir adalah sebuah desa yang berada di kaki

gunung gede pangrango dengan kualitas tanah yang subur. Rata-rata profesi masyarakat Desa Pasir Buncir adalah sebagai petani, berkebun, buruh dan lain-lain.

Guna mengoptimalkan hasil pertanian dan perkebunan, Kelompok Wanita Tani (KWT) melalui UMKM MAENI Homemade yang berada di kampung Lengkong memanfaatkan hasil pertanian dan perkebunan tersebut menjadi olahan makanan ringan. Hasil dari pada olahan tersebut, dapat menambah nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan menjual hasil pertanian dan perkebunan secara langsung. Melalui UMKM MAENI Homemade, kelompok wanita tani memproduksi makanan ringan seperti Kicimpring yang berbahan dasar dari tepung beras, Keripik pisang, keripik singkong, kacang umpet dan paladang.

Pengembangan ekonomi lokal perlu diarahkan untuk mendukung perkembangan sektor-sektor ekonomi yang mempunyai potensi menciptakan kesempatan kerja yang luas dan memiliki prospek yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu wilayah. Pada kegiatan ini, penulis melakukan pengembangan produk UMKM MAENI Homemade yang memiliki beberapa permasalahan yang perlu diselesaikan. Adapun permasalahan yang terjadi di UMKM MAENI Homemade diantaranya adalah minimnya pemahaman UMKM MAENI Homemade terhadap pengembangan produk usahanya, terbatasnya alat produksi, pengemasan yang masih menggunakan heker, belum mempunyai logo/merek usaha, kurangnya pemanfaatan strategi pemasaran online, dan kurangnya keterampilan dalam pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Desa Pasir Buncir adalah nama sebuah desa yang berada di Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor. Desa Pasir Buncir bisa dikatakan merupakan wilayah tertinggal, baik dari segi pembangunan fisik maupun dari segi pengembangan masyarakat (SDM). Hal ini dapat dilihat dari kurangnya fasilitas umum yang dimiliki seperti penerangan jalan dan masih banyak bebatuan, terbatasnya lembaga ekonomi, kesehatan sarana dan prasarana serta yang lainnya dari pengembangan sumber daya manusia (SDM) mayoritas masyarakat pendidikan terakhir penduduk Desa Pasir Buncir lulusan SD dan mayoritas pencarian penduduk Desa Pasir buncir merupakan buru tani dan wirausaha. Namun kondisi di atas tidak menutup kemungkinan sebagai wilayah desa Pasir Buncir memiliki potensi yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat unuk meningkatkan perekonomian.

Peningkatan perekonomian adalah suatu perubahan jenjang atau perbaikan kondisi dari perekonomian mendorong pelaku UMKM MAENI Homemade menjadi lebih aktif, kreatif dan produktif serta terus berinovasi pada potensi yang dimiliki dalam mengembangkan produk usahanya, tercapainya rencana kegiatan pengembangan produk UMKM MAENI Homemade, membantu mencari solusi atas permasalahan yang dialami UMKM MAENI Homemade, dan membantu merealisasikan harapan-harapan yang diinginkan UMKM MAENI Homemade. Sehingga dengan adanya program pengembangan produk yang dilakukan diharapkan mampu merubah sedikit demi sedikit perekonomian UMKM MAENI Homemade yang ada di Desa Pasir Buncir untuk

menjadikan masyarakat baik didalam maupun luar kampung tersebut mengetahui produk dari UMKM MAENI Homemade.

HASIL & PEMBAHASAN

Kampung Lengkong adalah nama sebuah kampung terpencil yang berada di Desa Pasir Buncir, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. Kampung Lengkong terletak di bawah kaki gunung Gede Pangrango yang sebagian besar wilayahnya dikelilingi oleh sawah dan kebun, sehingga mata pencaharian masyarakat kampung Lengkong sebagian besar berprofesi sebagai petani. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat kampung Lengkong memanfaatkan hasil kebun dan sawah milik mereka. Sebagian hasilnya ada yang dimanfaatkan untuk menjadi produk olahan, seperti produk kicimpring MAENI Homemade milik kelompok wanita tani kampung Lengkong.

Kicimpring adalah sejenis kerupuk yang terbuat dari tepung beras yang diberi rempah-rempah, kemudian di bentuk lalu digoreng. Pembuatan kicimpring ini sangat mudah, bahan bakunya pun mudah dan relatif murah. Namun, karena pembuatan kicimpring ini masih menggunakan alat-alat dan bahan yang sederhana dan seadanya sehingga produk kicimpring MAENI Homemade ini masih banyak kekurangan. Diantaranya adalah kebersihan dan ke higienisan produk belum ketat, pengemasan yang belum rapi dan menarik, dan pemasaran yang masih sangat sedikit. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, maka produk kicimpring MAENI Homemade perlu dilakukan pengembangan produk.

Pengembangan produk adalah suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau perusahaan melalui perbaikan bentuk, penyederhanaan, pembentukan kembali, menambah desain atau model dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan. Pengembangan produk kicimpring MAENI Homemade membutuhkan proses dan alat yang cermat dan andal agar produk kicimpring MAENI Homemade menjadi lebih baik dari segi kebersihan, pengemasan, dan pemasaran meningkat.

Pengembangan produk ini sangat diperlukan, hal ini menjadi salah satu strategi untuk menjadikan produk bisa bersaing di pasaran dan menjadi produk yang unggul. Selain itu juga, pengembangan produk ini perlu dilakukan agar kelompok wanita tani di kampung Lengkong dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menjadi kelompok UMKM yang eksis. Hal ini juga akan meningkatkan keuntungan yang cenderung naik. Dalam proses pengembangan produk kicimpring MAENI Homemade hal yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses pengadonan bahan kicimpring MAENI Homemade diperlukan mesin giling untuk mengaduk bahan agar proses pengadukan bahan menjadi lebih rata dan cepat.
2. Dalam proses pencetakan bahan kicimpring MAENI Homemade diperlukan alat cetak yang bermacam- macam bentuk agar bentuk terlihat lebih rapi dan menarik.

3. Dalam proses pengemasan kicimpring MAENI Homemade diperlukan mesin press untuk menjaga ke higienisan dan ketahanan produk.
4. Diperlukan logo atau stiker sebagai bentuk identitas dan menjadikan produk kicimpring MAENI Homemade lebih rapi dan menarik perhatian para konsumen.
5. Dalam proses pemasaran Kicimpring MAENI Homemade diperlukan peningkatan pelayanan khusus bagi konsumen, seperti melayani pemesanan secara online, memberikan layanan delivery order dan pemberian potongan harga untuk jumlah pembelian tertentu.
6. Dalam proses pemasaran juga diperlukan pemanfaatan teknologi informasi seperti pemanfaatan penuh media sosial sebagai alat pemasaran online.

Ke-enam hal diatas merupakan beberapa solusi yang diberikan untuk pengembangan produk Kicimpring MAENI Homemade milik kelompok wanita tani kampung Lengkong. Harapan dari pengembangan produk kicimpring MAENI Homemade ini adalah agar produk kicimpring MAENI Homemade semakin lebih baik dan menjadi UMKM yang eksis juga menjadikan kelompok wanita tani menjadi salah satu tombak pembangunan ekonomi dilevel keluarga dan sebagai bentuk pemberdayaan wanita.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kampung Lengkong Desa Pasir Buncir Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor dengan melakukan pengembangan produk UMKM MAENI Homemade. Penulis dalam pelaksanaan program ini membuat sebuah perbaikan dari produk yang sudah ada, hal ini dilakukan melihat kendala yang dialami oleh kelompok wanita tani. Perbaikan produk yang sudah ada ini merupakan tujuan dari program individu yaitu pengembangan produk. Dalam program pengembangan produk ini penulis mencari solusi dari permasalahan yang dialami oleh UMKM MAENI Homemade. Kegiatan program pengembangan produk ini dapat menjadi solusi peningkatan perekonomian bagi UMKM MAENI Homemade melalui pemanfaatan yang maksimal dari sumber daya alam yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Siti Sovia. 2019. Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Padamulya Kecamatan Pasirkuda Kabupaten Cianjur Melalui Inovasi Produk Olahan Singkong. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi Islam, Universitas Djuanda Bogor.
- Hartini, Sri. 2012. Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. Jurnal manajemen dan kewirausahaan. 14(1) : 63-90.
- Putra, Bayu maulana hadi. Strategi Peningkatan Pemberdayaan Dan Pemasaran Kerajinan Khas Kampung Mekarjaya Desa Padamulya Kecamatan Pasirkuda (Sapu Tamiyang)". Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi Islam, Universitas Djuanda Bogor.

Sakti, Arif Barata dan Andjar Prasetyo. 2018. Potensi Peningkatan Produktivitas Kewirausahaan Berbasis Model Penguatan Teknopreuner Pada Hasil Inovasi Di Kota Magelang. Vol.3 No.1.Magelang.