

Inovasi dan Strategi Digitalisasi Pada UMKM Aneka Jajanan Pak Mandor Desa Ciburayut

Innovation and Digitalization Strategies In Various Snack MSMEs Pak Mandor Ciburayut Village

Khoerunisa Azkia¹, Yayang Sri Maria²

¹Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16720, e-mail: khrnsazk@gmail.com

²Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16720, e-mail: yayang.sri2019@unida.ac.id

(Diterima: 06-09-2022; Ditelaah: 10-05-2023; Disetujui: 15-08-2023)

Abstrak

Aneka Jajanan Pak Mandor adalah salah satu produk UMKM yang ada di desa Ciburayut, yang diinovasikan dari segi kemasan, produk dan pemasaran. Permasalahan seputar inovasi produk, tampilan kemasan dan target pasar menjadi permasalahan yang selalu dihadapi oleh pelaku UMKM. Pengembangan desain kemasan dan inovasi produk sangat diperlukan guna meningkatkan kualitas dalam ajang memperkuat daya saing pasar. Inovasi merupakan salah satu cara pelaku usaha untuk dapat bersaing secara sehat dan upaya meningkatkan eksistensi produk yang dijual. Melalui inovasi kemasan dan inovasi produk yang dilakukan pelaku UMKM dapat meningkatkan daya jual dari produk itu sendiri, karena kemasan dan produk merupakan perpaduan yang tidak dapat dipisahkan dan merupakan satu kesatuan yang berhadapan langsung dengan konsumen. Tidak hanya inovasi produk dan tampilan kemasan yang menjadi perhatian, namun target pasar yang luas juga menjadi salah satu tujuan dari hasil inovasi yang dikembangkan. Maka dari itu perlu juga dikembangkan pemasaran yang lebih luas baik secara offline maupun online. Program ini dilakukan dengan metode pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan pendampingan proses produksi hingga pendampingan pemasaran. Hal ini dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan semangat dalam berwirausaha serta meningkatkan kesadaran UMKM dalam inovasi produknya, kemasan dan pemasaran digital.

Kata kunci: Inovasi, Kemasan, Produk, Pemasaran

Abstract

Pak Mandor's Assorted Snacks is one of the MSME products in Ciburayut village, which has been innovated in terms of packaging, products and marketing. Issues surrounding product innovation, packaging appearance and target market are problems that are always faced by MSME players. Developing packaging design and product innovation is very necessary to improve quality in order to strengthen market competitiveness. Innovation is one way for business actors to be able to compete in a healthy manner and to increase the existence of the products they sell. Through packaging innovation and product innovation carried out by MSMEs, MSMEs can increase the selling power of the product itself, because packaging and product are an inseparable combination and are one unit that deals directly with consumers. Not only product innovation and packaging appearance are of concern, but a broad market target is also one of the goals of the innovation results developed. Therefore, it is also necessary to develop broader marketing both offline and online. This program is carried out using a community service method which is carried out with assistance from the production process to marketing assistance. This can help business actors to increase enthusiasm for entrepreneurship and increase awareness of MSMEs in product innovation, packaging and digital marketing.

Keywords: Innovation, Packaging, Product, Marketing

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan perekonomian Indonesia. Kewirausahaan melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Keberadaan UMKM tidak terlepas dari adanya seorang wirausahawan yang memiliki keberanian dalam mendirikan usaha atau bisnis (Kristiyani, 2016).

Inovasi dalam konteks birokrasi diamanatkan dalam Undang-undang menjadi salah satu pendorong untuk percepatan pembangunan, hal ini sudah terbukti dengan model yang diterapkan di negara maju. Dewasa ini, peningkatan produktivitas tidak hanya bergantung kepada ilmu pengetahuan dan teknologi melainkan pada ketersediaan sumber daya alam yang dimiliki. Pengembangan kewirausahaan menduduki peran yang sangat strategis dan semakin signifikan (Anwar, 2021). Inovasi adalah penentu kritis dari kinerja suatu usaha dan cenderung menjadi sarana strategis dalam menghadapi perubahan lingkungan internal dan eksternal. Strategi ini harus didesain semaksimal mungkin agar suatu usaha dapat mendominasi pasar yang sudah dimilikinya meskipun peluang memasuki pasar yang baru. Inovasi diartikan sebagai pengenalan cara baru dengan mengkombinasikan teknologi sehingga menghasilkan produk atau jasa yang bermanfaat dan memiliki nilai guna. Inovasi sangat penting karena semakin banyaknya industri yang sama mengakibatkan semakin tingginya persaingan antar pelaku usaha. Inovasi juga sangat penting untuk pencapaian tujuan usaha dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan serta perubahan selera konsumen (Fajar & Kurnia, 2022).

Lokasi yang dijadikan tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah desa Ciburayut kecamatan Cigombong kabupaten Bogor. Beberapa UMKM yang terdapat di Desa Ciburayut memiliki potensi untuk berkembang dan maju, oleh karena itu perlu adanya bimbingan dan pendampingan kepada masyarakat untuk dapat mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki. Adapun program yang dijalankan merupakan program pendampingan dan pengembangan produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) desa, yaitu UMKM "Aneka jajanan Pak Mandor". UMKM ini bergerak dibidang makanan, dalam UMKM ini terdapat beberapa produk yaitu, dodol, wajit, kembang goyang, keripik talas, keripik pisang, dan keripik singkong. Program yang dilakukan berupa pengembangan inovasi produk, pendampingan inovasi kemasan, dan pendampingan pemasaran.

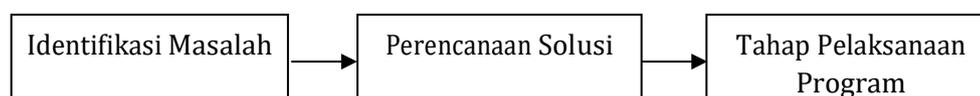
Permasalahan UMKM yang dirasakan pelaku usaha di desa Ciburayut dapat di klasifikasikan menjadi tiga permasalahan, yaitu permasalahan modal, inovasi produk dan permasalahan distribusi. Berkaitan dengan permasalahan modal para pelaku UMKM di desa Ciburayut mungkin saja memiliki banyak ide bisnis untuk mengembangkan usahanya. Pemasukan yang minimum dan tidak adanya modal untuk produksi, mengurangi semangat masyarakat dalam menjalankan usahanya, ada juga beberapa pelaku UMKM yang kesulitan untuk mendapatkan modal tambahan dari lembaga keuangan dikarenakan banyaknya persyaratan yang belum terpenuhi. Selain masalah modal masalah utama yang dirasakan ialah permasalahan inovasi produk. Banyak pelaku UMKM yang hanya jalan di tempat

dalam mengembangkan usahanya karena tidak ada ide inovasi. Akhirnya banyak usaha yang hanya bertahan selama 1-2 tahun, karena produk yang ditawarkan kalah saing dengan produk-produk baru yang lebih unggul. Inovasi pada kemasan pun masih kurang, pengemasan masih seadanya dan pembuatan merk pada produk UMKM juga sering kali dianggap hal yang sepele, namun kenyataannya konsumen akan lebih sering membeli suatu produk karena mengenal merknya yang akan membuat target pasar lebih luas. Tidak hanya itu permasalahan lainnya terdapat pada kurangnya channel untuk pendistribusian produk yang menjadi tantangan bagi pelaku UMKM. Rekomendasi teman dan pemasaran dari mulut ke mulut bahkan menjadi channel favorit pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. Pemanfaatan teknologi digital terhadap pengembangan dan inovasi produk UMKM aneka jajanan pak mandor masih rendah. Daya saing yang sulit, sehingga pendapatan yang diperoleh tidak sesuai kebutuhan (Wijayanti et al, 2022).

Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan ide dan solusi terhadap permasalahan pengembangan UMKM desa, meningkatkan semangat masyarakat dalam berwirausaha untuk mengisi waktu luang mereka dengan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kesadaran UMKM dalam inovasi produknya, terlebih dalam kemasan dan pemasaran digital serta mengenalkan ekonomi islam kepada masyarakat sehingga dalam pelaksanaan ekonomi dapat dilakukan sesuai dengan peraturan syariah. Target yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah yaitu dapat meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan sistem marketplace untuk pemasaran produk secara digital, serta meningkatnya keterampilan pelaku UMKM dalam pembuatan kemasan dan poster digital untuk bahan promosi produk.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pendampingan UMKM ini yaitu dengan melakukan wawancara terhadap pelaku UMKM Aneka Jajanan Pak Mandor tentang kondisi usahanya saat ini, kemudian berdiskusi mengenai program yang akan dilaksanakan. Ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam penyusunan program diantaranya identifikasi masalah, perencanaan solusi dan pelaksanaan program.



Gambar 1 Penyusunan Rencana Program

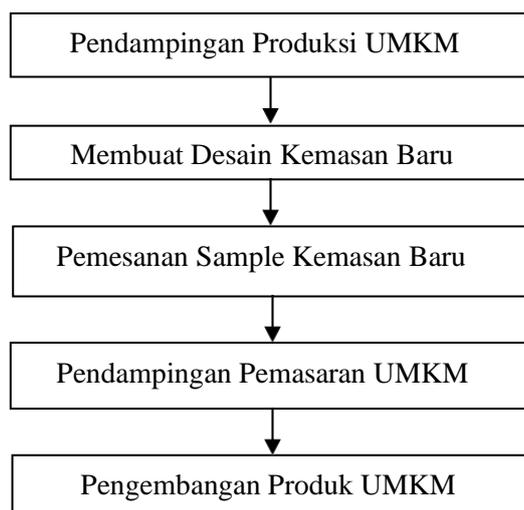
1. Identifikasi Masalah

Dalam tahap ini, kegiatan dilakukan dengan melakukan survey ke beberapa UMKM dan potensi alam yang ada didesa Ciburayut kecamatan Cigombong kabupaten Bogor serta mencari informasi kepada beberapa pihak seperti karang taruna Ciburayut. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui apa saja UMKM dan potensi alam yang ada didesa Ciburayut, serta informasi lainnya yang menunjang untuk program pendampingan dan pengembangan UMKM. Salah satu dari beberapa UMKM dan potensi alam yang telah disurvei

adalah UMKM produk makanan dengan nama brand “Aneka Jajanan Pak Mandor”. Pada tahap ini diperlukan sebagai langkah awal mengidentifikasi apa saja yang dapat dimanfaatkan untuk pemecahan permasalahan dalam melaksanakan suatu pengembangan produk. Setelah melakukan identifikasi ditemukan bahwa permasalahan yang ada UMKM Aneka Jajanan Pak Mandor sebagian besar belum memahami tentang pengoptimalan inovasi produk dan strategi pemasaran digital, sehingga diperlukan pendampingan untuk pengembangan produk tersebut.

2. Perencanaan Solusi

Pada tahap ini penulis memberi solusi dalam bentuk pendampingan kepada pelaku UMKM secaramandiri. Dalam tahap perencanaan solusi terbagi menjadi beberapa tahap diantaranya:



Gambar 2 Tahapan Perencanaan Solusi

HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan UMKM Aneka Jajanan Pak Mandor yang bertempat di kampung Cigowang desa Ciburayut kecamatan Cigombong kabupaten Bogor ini dilaksanakan di minggu ke pertama dan minggu ke tiga, yaitu pada tanggal 16 Juli 2022 dan 13 Agustus 2022. Penyebaran operasional dimulai dari observasi bisnis yang ada di daerah tersebut dan memilih bisnis dengan potensi pertumbuhan yang baik. UMKM ini memiliki pengembangan produk yang cukup baik karena dalam satu usaha memiliki banyak produk. Namun UMKM ini dipilih karena kemasan yang digunakan masih sangat sederhana, hanya menggunakan kemasan plastik bening dengan produk yang dinilai kurang menarik dan pemasarannya masih dari mulut kemulut sehingga tidak rutin dalam produksi. Oleh karena itu, penulis mencoba melakukan inovasi pada kemasan dengan desain yang sederhana dan lebih menarik, tanpa mengubah identitas kemasan aslinya yaitu nama produknya dan melakukan pengembangan produk serta pendampingan pemasaran digital dengan harapan bisa membantu UMKM menjadi lebih baik. Pelaksanaan dari program pendampingan dan

pengembangan produk ini diikuti oleh ibu Iah selaku pengelola UMKM beserta salah satu tenaga kerjanya.

Selama kegiatan pengabdian mahasiswa ikut terlibat dalam kegiatan produksi membuat keripik dan dodol dari awal sampai akhir. Tujuan dari ikut terlibat dalam proses produksi adalah untuk lebih memahami alur proses produksi, serta memahami keterkaitan UMKM Aneka Jajanan Pak Mandor dengan prinsip-prinsip produksi dalam ekonomi Islam, diantaranya: Kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai Islam dan sesuai dengan maqashid al-syariah (tidak memproduksi barang yang bertentangan dengan syariat Islam); Prioritas produksi harus sesuai dengan prioritas kebutuhan yaitu dharuriyyat (kebutuhan primer), hajjiyyat (kebutuhan sekunder) dan tahsiniyyat (kebutuhan tersier); Kegiatan produksi harus memperhatikan aspek keadilan, sosial, zakat, sedekah, infak dan wakaf; Mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak boros, tidak berlebihan serta tidak merusak lingkungan; Distribusi keuntungan yang adil antara pemilik dan pengelola, manajemen dan buruh.

Tahap berikutnya yaitu membuat desain kemasan baru dengan identitas yaitu nama brand yang sudah digunakan "Aneka Jajanan Pak Mandor" tanpa adanya perubahan identitas. Pembuatan desain ini bertujuan untuk menarik konsumen dengan tampilan produk yang lebih menarik. Selanjutnya adalah pemesanan sample kemasan baru yaitu stiker label makanan, dimana desain yang dipakai adalah desain yang dibuat baru oleh mahasiswa KKN. Selanjutnya dilakukan pendampingan untuk pemasaran produk UMKM Pak Mandor, pada tahap ini dilakukan praktik pembuatan akun di marketplace oleh pelaku UMKM yang didampingi oleh mahasiswa. Selain itu, dikarenakan pemilik UMKM sering memasarkan produknya melalui sosial media maka mahasiswa KKN membantu membuat desain poster atau iklan produk Aneka Jajanan Pak Mandor untuk diunggah pada akun sosial media pelaku usaha. Pada akhirnya kegiatan ditutup dengan pengembangan produk UMKM Pak Mandor. Pada tahap ini dilakukan dengan mencari solusi atas permasalahan yang dialami oleh UMKM aneka jajanan pak mandor, serta membantu inovasi beberapa produk Aneka Jajanan Pak Mandor dengan tujuan untuk mencapai keberhasilan produk aneka jajanan pak mandor menjadi lebih baik.

Sebagai ukuran keberhasilan pengabdian masyarakat terkait inovasi produk, inovasi kemasan, dan pendampingan dalam pemasaran UMKM Aneka Jajanan Pak Mandor desa Ciburayut diantaranya dengan memanfaatkan lidah buaya yang dijadikan sebagai produk dodol, pemilik usaha dapat memahami tentang pemasaran digital terlebih di akun marketplace dengan mandiri, serta inovasi kemasan baru yang diharapkan dapat terwujudnya tujuan pelaksanaan yaitu meningkatkan profit untuk usaha kecil menengah serta menjadi produk yang diminati masyarakat baik di dalam maupun luar desa Ciburayut.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan melakukan inovasi terhadap kemasan produk, inovasi produk dan pendampingan digital marketing. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini mengedepankan inovasi dari segi tampilan kemasan, pemanfaatan sumber untuk

dijadikan produk baru serta memanfaatkan media informasi berbasis online. Pembuatan kemasan baru dengan desain stiker kemasan menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen juga meningkatkan nilai jual. Penjualan produk ini bisa dilakukan dengan menjualnya secara offline maupun online. Kegiatan program pendampingan pengembangan produk ini diharapkan dapat menjadi solusi peningkatan perekonomian bagi UMKM Aneka Jajanan Pak Mandor melalui pemanfaatan yang maksimal dari sumber daya yang ada. Dampak positif yang didapatkan dari kegiatan ini adalah kemasan yang menarik, produk yang unik, meluasnya proses pemasaran dengan digital marketing, serta adanya ide-ide kreatif bagi pelaku usaha Aneka Jajanan Pak Mandor sehingga dapat meningkatkan produksi secara kuantitas maupun kualitas. Adapun kebaruan dari inovasi yang diberikan adalah kemasan baru dengan stiker yang membuat produk lebih menarik, inovasi produk dodol dari lidah buaya dan meluasnya pemasaran dengan pemanfaatan digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S.S. (2021). Peningkatan Ekonomi Masyarakat melalui Inovasi Produk Olahan Singkong. *Almujtamae, Jurnal pengabdian masyarakat*, Vol. 1 No. 3.
- Dwi, A. C. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui Inovasi Produk. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Fajar, A. M., & Kurnia, T. (2022). Pengolahan Inovasi Kulit Singkong Menjadi Produk Kreatif sebagai Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kampung Suka'asih Desa Parungkuda. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 126–133. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i2.5580>
- Kristiyani, M. (2016). Usaha Mikro dan UKM dalam Perekonomian Indonesia. *Fakultas Ekonomi*.
- Muhammad, T. (2017). Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Islamadina*, Volume XVIII No. 1.
- Wijayanti, S. W., et al. (2022). Peningkatan Promosi Usaha Kopi BUMDes Jaya Laksana Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 119–125. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i2.6531>