

INOVASI USAHA MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK, BAHAN BAKU DAN TEKNIK PRODUKSI PADA PRODUK MAKANAN RINGAN “Nd.Rizky’S”

Nurmala^{1*}, Ninin Non Ayu Salmah², Tri Darmawati³, Oktariansyah^{4*}, Edduar Hendri⁵, Yasir Arafat⁶, Hendry Saladin
1,2,3,4,5,6Universitas PGRI Palembang, Indonesia

[*nurmalabahamid@gmail.com](mailto:nurmalabahamid@gmail.com)

Received: 31-10-2023

Revised: 10-11-2023

Approved: 24-11-2023

ABSTRAK

UMKM merupakan komponen pembangunan perekonomian Indonesia yang mandiri dan berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui produksi produk-produk yang dibutuhkan masyarakat dengan harga yang kompetitif. UMKM “Nd. Rizky ‘S” turut berpartisipasi dalam pembangunan perekonomian Indonesia dan berupaya memperluas skala usahanya sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan, memperluas pangsa pasar dan meningkatkan nilai penjualan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM “Nd. Rizky ‘S” dilaksanakan dengan metode penyuluhan. Solusi yang ditawarkan atas permasalahan yang dihadapi UMKM “Nd. Rizky ‘S” adalah melakukan inovasi melalui diversifikasi produk, bahan baku dan teknik produksi sehingga skala usaha meningkat.

Kata Kunci: Diversifikasi Produk, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini telah memasuki tahap perkembangan yang signifikan dalam mendorong pembangunan perekonomian di Indonesia. UMKM menjadi fondasi penting dalam penggerak ekonomi masyarakat Indonesia (Hutapea & Sinaga, 2020). UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan Masyarakat (Kadeni & Sriyani, 2020). UMKM berkontribusi pada pengurangan tingkat pengangguran melalui penyerapan tenaga kerja. UMKM mampu membantu dalam menstabilkan perekonomian masyarakat dan menjadi solusi untuk mengurangi pengangguran (Nasution, Faried & Agustino, 2021).

Jumlah UMKM yang semakin meningkat dan meluasnya skala usaha UMKM secara agregat mendorong tingkat pertumbuhan perekonomian. UMKM bergerak bersama-sama, berdampingan dengan perusahaan-perusahaan bahkan yang bersifat konglomerasi menjadi penopang perekonomian Indonesia. Kegiatan usaha UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang berkembang secara konsisten dalam perekonomian nasional (Halim, 2020). Sebagai usaha yang dijalankan perorangan maupun badan usaha, UMKM yang sebelumnya bersifat informal dapat menjadi usaha besar dengan terus menggali dan mengasah jiwa kewirausahaan melalui proses pembelajaran, inovasi maupun kreativitas. Peranan wirausaha dianggap penting dalam perkembangan UMKM karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (Sara & Fitriyani, 2020). Para pegiat UMKM dapat

mengembangkan usahanya dimulai dari menjawab tantangan yang dihadapi UMKM menjadi peluang.

Diantara pegiat UMKM di Palembang yang konsisten dengan *corebusinessnya* adalah Watty Bahrudin yang memiliki usaha makanan ringan dengan merk “Nd. Rizky’S”. UMKM yang paling banyak menyerap tenaga kerja diantaranya usaha kuliner atau makanan, jenis usaha ini cenderung memiliki omset yang stabil karena berbasis pada kebutuhan dasar masyarakat sehingga produk yang dihasilkan memiliki potensi pasar yang jelas (Budiman & Herkulana, 2021).

UMKM “Nd. Rizky’S” beralamat di Jalan Selincah VII Nomor 50 Sako Kenten Palembang dengan produk sambel kentang kriuk, keripik kentang kriuk dan sambel tempe kriuk. Produk “Nd. Rizky’S” berbahan baku kentang dan tempe tetapi yang menjadi produk andalan saat ini adalah produk berbahan baku kentang. Bahan baku kentang merupakan bahan baku yang tidak sulit dalam pengolahannya. Pengolahan kentang menjadi keripik kentang tidak memerlukan waktu yang lama sehingga pengolahan kentang menjadi keripik ini sangat mungkin dilakukan sebagai salah satu usaha sampingan keluarga (Rosmeli dkk, 2021).

Desain kemasan yang menarik berdampak pada peningkatan nilai tambah produk dan profitabilitas usaha (Dewanti dkk, 2021). Produk “Nd. Rizky’S” sudah dikemas secara bervariasi dan kekinian. Berat dalam kemasan adalah 200 gram dan 500 gram, dikemas dengan plastik, kemasan *aluminium foil* dalam bentuk *standing pouch* dari kertas dan stoples.



Gambar 1.
Produk UMKM “Nd. Rizky’S”

Secara umum usaha makanan ringan ini menunjukkan perkembangan positif yang terlihat dari keberlanjutan usaha sampai dengan saat ini, pemasaran sudah mencakup wilayah Kabupaten dan Kota di Sumatera Selatan, Lampung, Jakarta, Jawa Barat bahkan Pulau Kalimantan. Selain pemasaran secara langsung dengan rumah yang sekaligus menjadi pusat produksi dan penjualan, pemasaran juga dilakukan melalui *e-commerce* serta media sosial. *E-commerce* mengimplementasikan perkembangan teknologi untuk memasarkan ke segala tempat dan segmen, baik dalam bentuk fisik maupun digital, baik skala nasional maupun internasional (Alwendi, 2020). UMKM “Nd. Rizky ‘S” juga mengikuti bazar yang menjadi ajang promosi dan peningkatan penjualan, menerima pesanan dari berbagai *catering* dalam jumlah banyak walaupun tidak rutin. Pemilik sering menjadi pembicara untuk membagikan pengalaman dalam berwirausaha.

Usaha makanan ringan juga menghadapi persaingan. Persaingan antar

UMKM berujung pada perolehan pelanggan sebanyak-banyaknya (Djaelani & Putra, 2021). Dalam situasi persaingan industri kuliner, pemilik usaha makanan ringan “Nd. Rizky’S” berupaya agar usahanya dapat berkembang dalam skala yang lebih luas baik dalam jumlah penjualan, cakupan wilayah pemasaran maupun dalam nilai penjualan. Hal ini menjadi titik tolak permasalahan yang dihadapi UMKM “Nd. Rizky’S”. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas PGRI Palembang memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi dalam bentuk penyuluhan dengan teknik presentasi dan diskusi terhadap pemilik usaha makanan ringan “Nd. Rizky’S” dengan harapan UMKM ini dapat berkembang dalam skala yang lebih luas.

Keberhasilan suatu usaha tidak hanya karena keberhasilan pemasaran, ketika upaya-upaya pemasaran sudah optimal tetapi jumlah dan nilai penjualan tidak meningkat maka perlu dipertimbangkan inovasi berbentuk diversifikasi. Keberhasilan usaha merupakan keberhasilan seorang wirausaha memaksimalkan potensi dan kemampuannya mencapai tujuan (Gemina & Pitaloka, 2020). Inovasi diarahkan untuk memperoleh suatu pembaharuan sehingga berbeda dari sebelumnya. Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi (UU No. 18 tahun 2002). Strategi untuk menyempurnakan terobosan baru yang adalah dengan memanfaatkan dan mengimplementasikan strategi diversifikasi produk (Ramadhanto, Akbar & Agoestyowati, 2020).

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan Mitra Sasaran UMKM “Nd. Rizky ‘S” menggunakan metode presentasi dan diskusi setelah sebelumnya didahului dengan observasi untuk mendapatkan gambaran permasalahan melalui pemahaman situasi profil usaha, mengidentifikasi permasalahan dan potensi pemberdayaan Mitra Sasaran. Tim melanjutkan koordinasi dengan Mitra Sasaran mengenai waktu, tempat, sarana dan prasarana pelaksanaan PKM. Sementara itu tim juga mempersiapkan materi yang akan disampaikan dalam presentasi dan diskusi.

Pemaparan Tim PKM dilanjutkan dengan diskusi antara pemateri dan Mitra Sasaran PKM. Kegiatan PKM dilaksanakan selama dua hari, pada hari Kamis tanggal 7 September 2023 pukul 08.00– 12.00 WIB untuk observasi dan tanggal 14 September 2023 pukul 08.00-12.00 WIB untuk pelaksanaan presentasi dan diskusi di lokasi UMKM “Nd.Rizky ‘S”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap wirausahawan memiliki keinginan untuk menjadikan usahanya menjadi yang terdepan dengan skala usaha yang luas dan mengalami pertumbuhan secara berkelanjutan. Cita-cita ini dimiliki oleh pemilik UMKM “Nd. Rizky ‘S” Mitra Sasaran yang diperkaya dengan idealisme untuk membuka kesempatan kerja kepada masyarakat. Hingga saat ini, UMKM “Nd. Rizky ‘S” dapat mempertahankan tingkat penjualan dan pangsa pasar dengan mengedepankan

kualitas , harga yang kompetitif serta melakukan promosi secara efektif tetapi dengan skala usaha yang masih terbatas.

Inovasi melalui diversifikasi produk dilakukan sebagai upaya untuk memperluas skala usaha sehingga jumlah penjualan dan nilai penjualan meningkat dan dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja. Industri makanan ringan memiliki siklus hidup produk yang singkat walaupun produk sudah didiferensiasi. Agar tetap berada di pasar dan diminati, produk perlu dimodifikasi. Industri ini juga memiliki banyak pesaing. Persaingan dalam dunia usaha dan industri tidak dapat dihindari termasuk persaingan di antara UMKM. UMKM dapat mengambil manfaat dari persaingan tersebut dengan mendiversifikasi produknya melalui penguasaan pasar. Untuk meningkatkan penjualan, memperoleh keuntungan, mencegah konsumen berpindah ke produk UMKM lain maka dilakukan diversifikasi produk dengan menyediakan beragam produk yang dibutuhkan pelanggan. Diversifikasi juga akan menghalangi kompetitor dalam menguasai pangsa pasar yang telah dikuasai UMKM.

Solusi permasalahan yang dilakukan berkaitan dengan permasalahan mitra adalah memberikan pembekalan kepada mitra dengan pengetahuan mengenai inovasi melalui diversifikasi produk. Solusi permasalahan yang dipaparkan dan didiskusikan Tim PKM dengan Mitra Sasaran meliputi diversifikasi produk, bahan baku, target pasar dan teknologi.

Berkaitan dengan pengembangan produk yang sudah ada, Mitra Sasaran dapat berinovasi dengan melakukan penganekaragaman produk melalui pengembangan produk yang sudah ada. Produk sambel kentang kriuk, keripik kentang kriuk dan sambel tempe kriuk dapat dikembangkan menjadi lebih beragam. Pengembangan sambel kentang kriuk diantaranya keripik kentang kriuk sambal hijau, keripik kentang kriuk sambal rawit. Pengembangan keripik kentang kriuk dengan menambahkan topping keju atau bubuk cabe. Pengembangan sambel tempe kriuk dengan keripik tempe kriuk yang diberi topping keju atau cabe bubuk.

Selanjutnya Mitra Sasaran dapat membuat lini produk baru dengan mengembangkan kemasan pada produk yang sudah ada dengan membuat *hampers* sambel kentang kriuk, keripik kentang kriuk dan sambel tempe kriuk. Mitra Sasaran juga membuat lini produk baru dengan mendiversifikasi bahan baku diantaranya sambel atau keripik berbahan baku tahu, paru, kacang, buah sukun dan buah melinjo. Berkaitan dengan target pasar, Mitra Sasaran membuat lini produk yang dikembangkan dari produk yang sudah ada dengan target pasar yang berbeda. Jika selama ini target pasar adalah lebih fokus pada ibu rumah tangga dan ibu-ibu yang bekerja maka target pasar dapat didiversifikasi kepada anak-anak usia sekolah (SD dan SMP) dengan mengemas produk dalam kemasan yang lebih kecil dengan harga yang terjangkau. Teknik produksi yang selama ini digunakan Mitra Sasaran dengan teknik menggoreng dapat didiversifikasi menggunakan teknologi oven mengingat masyarakat saat ini sudah memahami pentingnya Kesehatan.

Mitra PKM menerima baik kegiatan program pengabdian kepada masyarakat. Mitra turut berpartisipasi mulai dari observasi dan pemberian data dalam penggalan permasalahan mitra dan pelaksanaan kegiatan PKM. Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan berlangsung, secara umum mitra menunjukkan keaktifan dan antusiasme dalam mengikuti kegiatan PKM. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan yang dilontarkan Mitra Sasaran kepada Tim PKM.



Gambar 2.
Presentasi dan Diskusi

Setelah Tim PKM selesai melakukan penyuluhan dengan memaparkan solusi permasalahan mitra sasaran dan dilanjutkan dengan diskusi maka Tim PKM memberikan kuisisioner sebagai bentuk evaluasi pelaksanaan kegiatan untuk menjadi saran dan masukan dalam perbaikan mutu kegiatan pengabdian kepada masyarakat di masa mendatang. Kuesioner bersifat terbuka dengan harapan dapat memperoleh pendapat, saran dan masukan secara lebih mendalam dan mendetail. Penyusunan kuisisioner berdasarkan indikator meliputi kesesuaian program pengabdian dengan kebutuhan mitra sasaran, kesesuaian permasalahan dengan solusi yang diberikan, kesesuaian, kemampuan pemateri, metode kegiatan, potensi implementasi solusi oleh Mitra sasaran dan harapan terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat di masa mendatang.

Mitra Sasaran memberikan tanggapan kuisisioner bahwa program pengabdian kepada masyarakat sudah sesuai dengan kebutuhan Mitra Sasaran dimana Tim PKM memahami permasalahan yang dihadapi Mitra Sasaran. Mitra Sasaran menyatakan solusi yang diberikan Tim PKM dapat menjawab permasalahan Mitra Sasaran dengan menawarkan solusi atas permasalahan berupa inovasi melalui diversifikasi. Mitra Sasaran menilai Tim PKM memiliki kemampuan dalam memberikan penyuluhan dan menguasai materi penyuluhan. Metode kegiatan PKM dianggap tepat oleh Mitra Sasaran yaitu melalui presentasi dan diskusi antara Mitra Sasaran dengan Tim PKM. Mitra Sasaran mengharapkan kegiatan PKM ditindaklanjuti dengan pelatihan atau pendampingan, mitra juga mengharapkan keterlibatan tim dari berbagai disiplin ilmu serta waktu pelaksanaan penyuluhan yang lebih lama agar diskusi menghasilkan solusi yang lebih efektif. Hal ini disebabkan Mitra Sasaran bermaksud mengimplementasikan solusi yang diberikan Tim PKM tercapai keberhasilan usaha yang diharapkan Mitra Sasaran.



Gambar 3
Tim PKM Universitas PGRI Palembang dan Mitra Sasaran

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada UMKM “Nd. Rizky ‘S” memberikan manfaat dalam pengembangan UMKM, Tim PKM menawarkan solusi atas permasalahan yang dihadapi UMKM “Nd. Rizky ‘S”. UMKM memperoleh pengetahuan mengenai pentingnya melakukan inovasi diantaranya dengan diversifikasi produk, bahan baku dan teknologi sehingga skala usaha UMKM “Nd. Rizky ‘S” meningkat. Sementara itu, Tim PKM Universitas PGRI Palembang dapat berkontribusi kepada Masyarakat terutama UMKM dalam berbagi pengetahuan sebagai perwujudan pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis* 17 (3), 317-325
- Budiman, J. & Herkulana. (2021). Peran UMKM Dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*. 11(2), 91-98. DOI: <https://doi.org/10.51195/iga.v11i2.164>
- Dewanti, P. R., Ningsih, H., Paryanto, E., & Yudhanto, S. H. (2021). Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan sebagai Peningkatan Daya Beli Konsumen Keripik Singkong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Untuk Negeri*, 1(2). DOI: <https://doi.org/10.29138/un-penmas.v1i2.15931>
- Djaelani, M. & A. R. Putra. (2021). Youth Empowerment to Grow Creative Business Interest. *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 52-54.
- Gemina, D., & Pitaloka, A. W. (2020). Keberhasilan Usaha Berbasis Sikap Kewirausahaan Dan Pengetahuan Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Makanan Minuman Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1). DOI: <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i1.2722>.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Hutapea, H., D. & Sinaga, E., N. (2023). Analisis Pengaruh Skala Usaha, Umur Usaha, Pendidikan Pemilik Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Saornauli Hatoguan Kecamatan Palipi Kabupaten Samosir, *Journal of Economics and Business*, 4(2).
- Kadeni & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil, Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Equilibrium*, 8(2), 191-200. DOI: <http://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Nasution, D. P., Faried, A. I., & Agustino, A. (2021) Analisis Determinan Penyerapan Tenaga Kerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 6(2), 586-592.
- Ramadhanto, M., F., Akbar, M. & Agoestyowati, R. (2022). Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Studi Pada CV. Harjaya Enam Makmur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(5), 654-660
- Rosmeli, Emilia, Umiyati, E., Nurhayani, & Mustika, C. (2021). Peningkatan Nilai Jual Keripik Kentang Sebagai Oleh-Oleh Khas Daerah Melalui Strategi Branding. *Jurnal Karya Abdi*, 5(3), 438-444. DOI: <https://doi.org/10.22437/jkam.v5i3.16277>
- Sara, K. D., & Fitryani. (2020). Peran Kewirausahaan dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam

Perspektif Islam. Jurnal EMA Ekonomi Manajemen Akuntansi, 5(2), 66-76.

DOI: <http://dx.doi.org/10.47335/ema.v5i2.53>

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan ilmu pengetahuan dan Teknologi.