

## EDUKASI MENUMBUHKAN IDE KREATIF PENGEMBANGAN PRODUK UMK MASYARAKAT DESA CIKOLETEL KABUPATEN SERANG

Selfiana<sup>1</sup>, Sumiyati<sup>2\*</sup>, Meri Safarwati Putri<sup>3\*</sup>, Rini Ratnaningsih<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Mitra Bangsa

<sup>2,3</sup>Universitas Sahid Jakarta

<sup>4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

[selfianas@gmail.com](mailto:selfianas@gmail.com)<sup>1</sup>, [sumiyati.aprilia@gmail.com](mailto:sumiyati.aprilia@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[sumiyati.aprilia@gmail.com](mailto:sumiyati.aprilia@gmail.com)<sup>3</sup>, [rini\\_ratnaningsih@stei.ac.id](mailto:rini_ratnaningsih@stei.ac.id)<sup>4</sup>

Received: 24-2-2024

Revised: 04-03-2024

Approved: 30-03-2024

### ABSTRAK

*Pengembangan produk usaha UMKM sangat dibutuhkan agar UMKM mampu bertahan dan menjadi pemenang dalam persaingan di Pasar. Pelaku UMKM harus memiliki ide kreatif dan inovasi dalam melakukan pengembangan produk. Desa Cikolelet, Kabupaten Serang adalah desa yang memiliki potensi untuk maju dan berkembang melalui usaha pengelolaan buah melinjo dan menjadi kuliner yang digemari oleh masyarakat dan pengunjung desa. Produk yang terbuat dari buah melinjo ini dikerjakan secara tradisional dan belum ada upaya dilakukan diversifikasi dari produk yang ada. Jika jenis produk yang dihasilkan selalu sama maka suatu saat pasar akan mengalami titik jenuh, dan produk tersebut tidak lagi menjadi produk yang dicari oleh masyarakat. Oleh karena itu penting bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan edukasi mengenai pengembangan produk dan menumbuhkan ide kreatif. Metode pengabdian yang digunakan adalah metode ceramah, tatap muka dan diskusi di Aula Desa. Mitra adalah 19 orang pelaku UMKM Desa Cikolelet. Hasil dari edukasi ini adalah mitra mulai memahami pengembangan produk, apa yang harus mereka lakukan dan bagaimana cara melaksanakannya. Hal tersebut sangat penting bagi setiap pelaku UMKM, agar mereka dapat melakukan perencanaan efektif dan efisien ketika melakukan pengembangan produk. Diharapkan mitra bergiat untuk selalu melakukan inovasi dan berusaha untuk mencari pemodal yang dapat dipercaya.*

**Kata Kunci :** Edukasi, Ide Kreatif, Pengembangan Produk, UMK (Usaha Mikro Kecil)

### PENDAHULUAN

Desa Cikolelet terletak di Kabupaten Serang. Desa yang berkembang menjadi desa wisata ini memiliki visi menuju desa Cikolelet yang religius, bersatu, mandiri dan terdepan pada tahun 2027 (Cikolelet, 2023). Potensi pendukung desa ini salah satunya adalah sektor UMKM yaitu ekonomi kreatif dan kuliner pembuatan emping melinjo, budidaya jamur tiram, produksi kopi lokal atau robusta karuhun, produksi susu kambing etawa, dan budi daya telur puyuh (Kementerian, 2023). Permasalahan sosial yang ditimbul di desa diantaranya adalah ketimpangan aset, akses, pendapatan dan peluang warga desa (Cikolelet, 2023). Status desa wisata dan pemenang penghargaan dua trofi Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Keratif 2021 dan menerima dana pengembangan 10.000.000 rupiah, mengharuskan mereka untuk melakukan peningkatan di berbagai sektor, salah satunya adalah penguatan para pelaku UMKM (Pengubung, 2021).

Desa perlu menerapkan inovasi untuk dapat mewujudkan desa mandiri dan fokus pada potensi ekonomi, sosial dan sumber daya manusia (Nursetiawan, 2018). Mata

pencarian masyarakat, di antaranya adalah pelaku UMKM yang bertujuan memajukan wisata budaya berbasis ekonomi kreatif dan mendukung program desa wisata. Usaha yang dimiliki oleh masyarakat desa, selain merupakan mata pencaharian keluarga dan peningkatan ekonomi masyarakat, juga menjadi budaya masyarakat melalui aktivitas produk UMKM yaitu penanaman jamur, pembuatan emping melinjo dan ceplis, susu kambing etawa, produksi kopi lokal, budidaya telur puyuh dan semuanya masih dilakukan secara tradisional (Olivia et al., 2022). Produk yang dihasilkan masih tradisional dan belum ada upaya untuk melakukan diversifikasi produk melalui usaha pengembangan produk. Produk olahan yang terkenal adalah produk olahan buah melinjo yaitu emping melinjo dan ceplis. Produk yang berasal dari bahan dasar buah melinjo ini, belum diolah menjadi aneka produk olahan selain emping melinjo dan ceplis. Budidaya jamur yang ada, diperuntukan untuk memenuhi kebutuhan para pedagang di warung atau di pasar tradisional, dan kadang kadang di olah menjadi krispi jamur crispy.

Para pelaku UMKM kuliner perlu melakukan kreativitas yang dapat memberikan nilai tambah pada produk yang dijual, memberikan makna estetika pada tampilan olahan kuliner mereka agar menarik, menjaga tradisi dalam mengolah dan mengkonsumsi produk kuliner, menjaga kearifan lokal yang menjadi karakter produk kuliner mereka (Sari, 2018). Inovasi dan kreativitas mempengaruhi kewirausahaan secara simultan. Variabel inovasi mempengaruhi kewirausahaan lebih besar dibandingkan dengan variabel inovasi (Hadiyati, 2011). Penekanan variabel inovasi produk adalah pada desain khas merek dan produk, pengembangan desain produk, serta pengelolaan produk (Alwi & Handayani, 2018). Diversifikasi produk akan membentuk kepuasan pelanggan, namun harga juga memberikan sumbangan yang signifikan untuk memuaskan pelanggan (Sutrisno & Darmawan, 2022). Para pelaku UMKM dapat bekerjasama dan membentuk kelompok dan menjadi kelompok UMKM binaan untuk menambah varian produk, dan menciptakan produk baru (Martina et al., 2021). Pengembangan produk menjadi penting, mengingat Pemerintah Desa Cikolelet, memiliki tujuan untuk membangun desa wisata yang berbasis pada keanekaragaman sumber daya alam, seni dan budaya serta ekonomi kreatif yang berlimpah (Kementerian, 2023). Produk olahan yang berasal dari alam yang berlimpah akan menjadi produk unggulan ekonomi kreatif dan menjadi buah tangan para wisatawan di Desa Cikolelet.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat pelaku UMKM, melalui penyampaian materi pengenalan dan pengetahuan pengembangan produk. Mitra yang menjadi objek kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah 19 orang pelaku UMKM dan masyarakat yang berniat untuk mulai berwirausaha. Penghasilan rata-rata mereka kurang dari Rp 2.500.000/bulan. Diharapkan setelah masyarakat menerima pengetahuan tersebut, mereka akan berupaya untuk mulai memberanikan diri melakukan pengembangan produk milik mereka.

## METODE KEGIATAN

Kelompok Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan kolaborasi empat dosen terdiri dari satu dosen Universitas Mitra Bangsa, dua dosen Universitas Sahid Jakarta dan satu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dibawah koordinasi Universitas YAI. Kegiatan di laksanakan pada 27 Oktober 2023, di desa wisata Cikolelet Kabupaten Serang. Mitra pada kegiatan ini adalah masyarakat pelaku UMKM dan masyarakat yang berniat dan berminat untuk menjalankan UMKM. Kegiatan di awali dengan kedatangan

tim survey yang berasal dari Universitas YAI ke desa Cikolelet untuk bertemu dengan aparat desa dan melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Berdasarkan hasil survey tersebut, dapat dipetakan kebutuhan para pelaku UMKM berdasarkan jenis usaha. Beberapa kelompok pengabdian kepada masyarakat dibentuk dan para dosen disarankan untuk memilih kelompok yang disesuaikan dengan minat dan kelimuannya. Setelah kelompok di bentuk, maka para dosen mempersiapkan materi yang akan disampaikan, angket untuk mengukur pengetahuan peserta sebelum diedukasi dan setelah di edukasi.

Salah satu topik yang diedukasi oleh kelompok Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah tentang pengembangan produk yang merupakan bagian dari diversifikasi produk. Mitra terdiri dari 19 orang ibu rumah tangga pelaku UMKM emping melinjo, ceplis melinjo, ceplis lado, manisan koranji, budidaya jamur, kerupuk gadung, kerajinan limbah plastik. Tingkat pendidikan mitra rata-rata lulusan Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama. Beberapa saat sebelum kegiatan dilakukan, tim melakukan wawancara dan menyebarluaskan angket pre test. Pada tes berisi pertanyaan sederhana dalam bentuk pilihan a, b dan c untuk menunjukkan pemahaman mitra tentang produk, pengembangan produk dan apa yang harus dilakukan mitra ketika ingin melakukan pengembangan produk. Hasil pre test menunjukkan bahwa 98% mitra belum memahami tentang konsep pengembangan produk walaupun secara sederhana. Produk yang dimiliki adalah produk yang dibuat secara turun temurun, belum pernah ada ide untuk melakukan kreatifitas pada produk yang dimilikinya. Untuk mendukung edukasi, tim pembagian materi singkat dan sederhana yang bertujuan untuk mempermudah mitra memahami edukasi pengembangan produk. Metode pembelajaran yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah secara tatap muka dan diskusi di Aula Desa, didukung dengan projector yang menayangkan materi. Diakhir pertemuan, mitra di berikan post tes untuk mengukur pemahaman mengenai pengembangan produk setelah diedukasi. Hasil menunjukkan 72% mitra paham makna pengembangan produk, 28% masih belum memahami. Sebagian besar mitra memiliki kekhawatiran mengenai untung dan rugi apabila mereka melakukan pengembangan produk.



**Gambar 1.** Potensi dan Inovasi Desa Cikolelet, Kabupaten Serang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Narasumber materi pengembangan produk, dosen Universitas Mitra Bangsa, menerapkan metode ceramah dan diskusi. Ceramah dilakukan untuk menyampaikan materi, sedangkan diskusi diterapkan untuk memancing ide kreatif mitra seputar ide pengembangan produk. Edukasi awal adalah memberikan pemahaman mengenai definisi produk, pengembangan produk, karakteristik pengembangan produk dan tahap

pengembangan produk. Produk adalah sesuatu yang dijual oleh seseorang atau perusahaan kepada pembeli (Gibson, 2022). Pengembangan produk adalah serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan dan pengiriman produk. Pastikan bahwa memang ada pasar yang akan menerima produk tersebut. Karakteristik pengembangan produk terdiri dari 1. Kualitas produk; 2. Biaya produk; 3. Waktu pengembangan produk; 4. Biaya pengembangan; 5. Kapasitas pengembangan. Taap pengembangan produk terdiri dari 1. Pembentukan ide; 2. Melakukan definisi produk; 3. Membuat contoh produk; 4. Membuat desain awal; 5. Validasi dan pengujian; 6. Melakukan komersialisasi yaitu pemasaran dan penjualan (Irianto & Riyatmi, 2021).



**Gambar 2.** Mitra Pengabdian kepada Masyarakat



**Gambar 3.** Penyampaian materi oleh narasumber

Pengembangan produk olahan yang berasal dari buah melinjo, menjadi diskusi narasumber dan mitra. Produk yang sudah ada adalah emping melinjo mentah dan digoreng yaitu ceplis melinjo dan ceplis lado. Sebagian besar produk tersebut di pasarkan secara tradisional dengan cara dijual di Pasar atau di dititipkan di Warung atau dijual kepada masyarakat setempat (Budilaksono et al., 2024). Ceplis adalah produk olahan dari bahan buah melinjo yang sangrai, di tumbuk lalu di beri bumbu dengan aneka macam rasa yaitu original, balado, asin dan manis.



**Gambar 4.** Produk olahan melinjo Desa Cikolelet

Pengembangan produk di lakukan ketika pasar sudah jenuh dengan produk yang ada di pasaran, oleh karena itu pelaku UMKM harus segera melakukan pengembangan produk agar penjualan dan pemasukannya tetap stabil. Narasumber dan mitra melakukan diskusi untuk mendapat ide mengenai produk baru yang berasal dari buah melinjo dan apa yang dapat mereka lakukan. Ide memproduksi kue kering muncul. Berdasarkan kesepakatan, maka diskusi adalah seputar apa yang harus dilakukan jika akan membuat produk baru olahan buah melinjo yang menjadi komoditas utama Desa Cikolelet.

Ide produk baru: kue kering melinjo. Narasumber melakukan pencarian di internet aneka resep kue kering melinjo dan ditemukan ada beberapa jenis kue kering yang berbahan utama buah melinjo, diantaranya kue kacang mede emping melinjo, emping melinjo *cookies*, nastar emping melinjo, putri salju pandan, belinjo *eggles*, melinjo *cookies*, melinjo icing *cookies*, blueberry melinjo *cookies*, kuker emping melinjo.

### Analisa bisnis

- ✓ Produk baru direncanakan diproduksi untuk hari besar, seperti hari raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru.
- ✓ Ide produk yang akan diproduksi: emping melinjo cookies. Alasan: bahan-bahan yang butuhkan sederhana dan mudah ditemukan di pasar.
- ✓ Bahan-bahan yang diperlukan:  
100 gr butter, 100 gr margarin, 1 kuning telur, 125gr gula pasir, 1sdt vanila bubuk, 200gr tepung terigu protein rendah,  $\frac{1}{2}$  sdt baking powder,  $\frac{1}{4}$  sdt garam, 100 gr emping melinjo yang sudah di goreng.
- ✓ Cara membuat:



Gambar 5. Siapkan bahan



Gambar 6. Kocok bahan



Gambar 7. Aduk



Gambar 8. Siapkan loyang dan cetak



Gambar 9. Hilangkan uap panas



Gambar 10. Masukan ke toples

Sumber : (Cookpad, 2023)

**Penjelasan setiap tahap :**

- Langkah 1: Siapkan bahan-bahan
  - Langkah 2: Kocok margarin dan butter hingga lembut, gunakan kecepatan rendah  $\pm 1$  menit. Tambahkan gula pasir dan kuning telur, kocok lagi hingga tercampur rata.
  - Langkah 3: Masukan tepung terigu, vanila, baking powder dan garam, aduk. Masukan emping melinjo remuk, aduk.
  - Langkah 4: Siapkan loyang dan cetak bulat-bulat, pipihkan, lalu panggang menggunakan oven.
  - Langkah 5: hilangkan uap panas, sampai dingin.
  - Langkah 6: masukan cookies ke toples setelah dingin.
- 
- ✓ Perhitungan tingkat keberhasilan: setelah mempelajari bahan dan cara membuatnya, kemungkinan tingkat keberhasilan mencapai 100%.
  - ✓ Membuat contoh produk: sebelum dipasarkan, maka para pelaku UMKM harus membuat contoh produk emping melinjo cookies. Contoh produk tersebut harus di sebarluaskan ke masyarakat di desa, untuk mendapatkan masukan mengenai bentuk cookies, dan rasa. Pelaku UMKM harus merencanakan dan melakukan pencatatan dengan detail.
  - ✓ Membuat desain awal: para pelaku mencari bahan- bahan yang dibutuhkan di tempat yang menjual bahan dengan harga yang relatif murah dengan kualitas terbaik; melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu pihak pemasok bahan-bahan, lembaga keuangan yang ada di desa untuk bantuan pemodal, pihak aparat desa untuk membantu pemasaran dan penjualan.
  - ✓ Melakukan validasi dan pengujian: pelaku UMKM harus berani memasok produk barunya di pasaran dengan melakukan uji pasar. Pemasaran bisa dilakukan secara langsung atau menggunakan *online marketing*. Produk di jual dengan harga promosi.
  - ✓ Melakukan komersialisasi: apabila respon positif di peroleh dari uji pasar, maka pembuatan bentuk produk dibakukan, di jual ke pasar dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Produk baru dapat di jadikan oleh oleh para pengunjung Desa Wisata Cikolelet.
  - ✓ Kesulitan yang akan di hadapi: masalah pendanaan. Untuk itu, tim menyarankan agar dilakukan diskusi dengan aparat desa untuk mencarikan dana suntikan untuk melakukan pengembangan produk. Pelaku UMKM harus bisa membuat proposal berkualitas dan dipercaya untuk memperoleh dana suntikan pengembangan produk.
  - ✓ Sistem promosi dan pemasaran: promosi dan pemasaran dapat dilakukan secara langsung dan menggunakan web milik Kantor pemerintah Desa Cikolelet (Cikolelet, n.d.) dan pemerintah yaitu web jejaring desa wisata (Jadesta).



**Gambar 11.** Web Desa Cikolelet

## KESIMPULAN

Pelaksanaan edukasi pengembangan produk yang merupakan bagian dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat telah terlaksana dengan baik. Mitra pengabdian antusias untuk ikut terlibat dalam diskusi seputar ide produk baru yang akan diciptakan, analisa bisnis, hingga diskusi mengenai dana suntikan yang dibutuhkan untuk bisa menghasilkan produk baru tersebut. Mitra yang awalnya tidak mengerti, bingung dengan istilah pengembangan produk, menjadi mengerti setelah diberi ceramah seputar pengembangan produk. Namun belum semua mitra memahami tahap tahap yang harus dilakukan dalam mengembangkan produk. Tim berharap mitra, akan rajin berlatih untuk membuat produk emping melinjo cookies, hingga akhirnya menemukan cara terbaik untuk bisa membuat bentuk cookies emping melinjo yang indah dan menarik, cita rasa yang lezat, unik dan selalu diingat oleh orang yang pernah mencicipi produk cookies emping melinjo dari desa Cikolelet. Kelebihan program Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Cikolelet, aparat desa terutama Bapak Lurah Desa Cikolelet sangat memberikan dukungan terlaksananya kegiatan, peserta aktif berinteraksi selama proses diskusi. Diharapkan edukasi ini dapat membantu masyarakat pelaku UMKM untuk bisa melakukan kreativitas dan inovasi produk yang dimiliki. praktik mengolah produk baru

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan Bersaing UKM yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Budilaksono, S., Rilla, S., Dewi, E. P., & Nasution, E. S. (2024). *Tantangan dan Peluang Desa Wisata Menuju Desa Wisata Mandiri*. Penerbit Litnus.
- Cikolelet, K. P. D. (n.d.). *Desa Cikolelet*. 2023. <https://cikolelet-cinangka.desa.id/berita-desa/>
- Cikolelet, K. P. D. (2023). *LMND: Perlu Partisipasi Warga dan BPD untuk Atasi Masalah di Desa*. Kantor Pemerintah Desa Cikolelet. <https://cikolelet-cinangka.desa.id/2023/08/02/lmnd-perlu-partisipasi-warga-dan-bpd-untuk-atasi-masalah-di-desa/>
- Cookpad, K. (2023). *Kue Kering Melinjo*. Coopad. <https://cookpad.com/id/cari/kue-kering-melinjo>
- Gibson, W. (2022). Product design and development. In *Integrated Functional Sanitation Value Chain: The role of the sanitation economy*. [https://doi.org/10.2166/9781789061840\\_0019](https://doi.org/10.2166/9781789061840_0019)
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan

Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1).  
<https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>

Irianto, H. E., & Giyatmi. (2021). *Pengembangan Produk Pangan* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.

Kementrian, P. dan E. K. (2023). *Desa Wisata Cikolelet*. Jejaring Desa Wisata.  
<https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/cikolelet>

Martina, N., Hasan, M. F. R., Wulandari, L. S., & Salimah, A. (2021). Upaya Peningkatan Nilai Ekonomis Produk UMKM, Melalui Sosialisasi Diversifikasi Produk. *JMM Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 2273-2282.  
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5253>

Nursetiawan, I. (2018). Strategi Pengembangan Desa Mandiri Melalui Inovasi Bumdes. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 72-81.

Olivia, D., Atmojo, W. T., & Guna, A. (2022). Analisis Potensi Desa Wisata Sebagai Upaya Peningkatan Aksesibilitas dan Konektivitas Di Desa Wisata Cikolelet. *IKRAITH-Teknologi*, 6(3), 28-37. <https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v6i3.2304>

Pengubung, A. (2021). *Desa Wisata Cikolelet Kabupaten Serang, Destinasi Unggulan Pariwisata Nasional*. Badan Penghubung Daerah Provinsi Banten.  
<https://penghubung.bantenprov.go.id/berita/desa-wisata-cikolelet-kabupaten-serang-destinasi-unggulan-pariwisata-nasional>

Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51-60.  
<https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5281>

Sutrisno, R. I., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1-12.