



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 4, Tahun 2024, pp 19-24
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pemberdayaan UMKM Guna Meningkatkan Produktifitas Usaha Jogjogan Chips (EnyeMilanKu) di Desa Jogjogan, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor

**Tini Kartini^{1*}, Mutiara Qurota Ayun²,
Dina Marlina³, Endang Silaningsih⁴, Erni Yuningsih⁵, Gotfridus Goris Seran⁶,
Berry Sastrawan⁷**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Djuanda^{1,2,3,4,5,6,7}
Email: tini.kartini@unida.ac.id^{1*}

Abstrak

Salah satu usaha ekonomi produktif yang dapat menghasilkan nilai tambah dan nilai ekonomis adalah UMKM. Peran UMKM memiliki nilai positif yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Pertumbuhan UMKM yang signifikan memunculkan persaingan yang sangat ketat. Untuk itu, perlu adanya komitmen pada setiap pelaku usaha dalam meningkatkan strategi dan inovasi produk yang tepat untuk bertahan di pasar. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah (1) untuk mendampingi UMKM dalam meningkatkan inovasi produk dari varian rasa dan ukuran produk; (2) untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan produktivitas usaha; (3) untuk membuat logo, kemasan dan memberikan nama produk pada UMKM. Berdasarkan observasi diketahui bahwa UMKM mengalami kesulitan di dalam memasarkan produknya dikarenakan (1) kurangnya inovasi produk dari varian rasa dan ukuran; (2) pemahaman terhadap perhitungan harga pokok penjualan; (3) logo, kemasan yang kurang menarik serta memberikan nama produk pada UMKM. Hasil dari pengabdian masyarakat pada UMKM ini (1) pendampingan bimbingan teknis pembuatan inovasi produk dari varian rasa dan ukuran produk; (2) pendampingan pengetahuan perhitungan harga pokok penjualan; (3) pendampingan membuat logo, kemasan dan memberikan nama produk UMKM. Setelah dilakukan pendampingan UMKM ini di harapkan agar produknya dikenal oleh masyarakat dan dapat meningkatkan produktivitas penjualan serta pendapatan yang sesuai.

Kata Kunci: *UMKM; Pengabdian Masyarakat; Inovasi Produk*

Abstract

One of the productive economic efforts that can generate added value and economic value is MSMEs. The role of MSMEs has a significant positive value for the Indonesian economy. The significant growth of MSMEs has given rise to very tight competition. For this reason, there needs to be a commitment from every business actor in improving the right product strategy and innovation to survive in the market. The objectives of this community service are (1) to assist MSMEs in improving product innovation from product flavor and size variants; (2) to increase income and increase business productivity; (3) to create logos, packaging and give product names to MSMEs. Based on observations, it is known that MSMEs have difficulty in marketing their products due to (1) lack of product innovation from flavor and size variants; (2) understanding of calculating the cost of goods sold; (3) logos, packaging that are not attractive enough and giving product names to MSMEs. The results of community service for MSMEs are (1) technical guidance assistance in making product innovations from product flavor and size variants; (2) assistance in knowledge of calculating the cost of goods sold; (3) assistance in creating logos, packaging and giving product names to MSMEs. After this MSME mentoring is carried out, it is hoped that their products will be known to the public and can increase sales productivity and appropriate income.

Copyright author: Tini Kartini, Mutiara Qurota Ayun, Dina Marlina, Endang Silaningsih, Erni Yuningsih, Gotfridus Goris Seran, Berry Sastrawan

Keywords: *MSMEs; Community Service; Product Innovation*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Peranan UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional mendapat perhatian dari pemerintah dan legislatif dengan meluncurkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Adanya peraturan tersebut menjadi *payung* hukum bagi UMKM agar semakin leluasa dalam bergerak dalam membangun ekonomi nasional. Usaha mikro merupakan bisnis kecil, meskipun berskala kecil namun bisnis tersebut mampu membantu roda perekonomian negara (Rudjito, 2003). Akan tetapi masih banyak kendala dalam hambatan yang di alami oleh pelaku UMKM salah satunya terkait inovasi produk, rendahnya pengetahuan tentang perhitungan harga pokok penjualan dan membuat nama, logo serta kemasan produk yang menjadi hambatan UMKM dalam melakukan perkembangannya.

Inovasi merupakan faktor penting dalam mendukung perkembangan ekonomi dan daya saing daerah. Inovasi adalah proses menciptakan sesuatu yang baru yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan atau pengguna akhir, inovasi sebagai usaha untuk menerapkan ide-ide kreatif yang memberikan solusi baru yang bermanfaat bagi pasar (Kotler dan Keller, 2021). Inovasi produk menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang di harapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk merupakan aktivitas yang di kerjakan untuk memperbaiki, meningkatkan atau mengembangkan kualitas suatu produk, inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa baru, inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru (Kotler, 2013).

Harga pokok penjualan adalah harga pokok barang yang dibeli yang kemudian berhasil dijual selama suatu periode akuntansi (Jumingan, 2019). Harga pokok penjualan adalah harga barang atau jasa sebagai bahan baku atau jasa untuk menjadi barang dengan ditambah biaya-biaya yang berkaitan dengan harga pokok penjualan tersebut (Kasmir, 2018).

Berkaitan dengan hal tersebut, Pemerintah Kabupaten Bogor berkomitmen untuk mendorong dan membangun budaya inovasi di berbagai sektor melalui kebijakan Satu Lembaga Satu Inovasi (*One Institution One Innovation*) dan di desa melalui kebijakan Satu Desa Satu Inovasi (*One Village One Innovation*) yang diharapkan dapat berdampak luas bagi percepatan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bogor. Menindaklanjuti kebijakan tersebut maka inovasi desa yang dikembangkan Desa Jogjogan bertolak dari potensi yang ada di Desa Jogjogan. Potensi dimaksud salah satunya adalah makanan-makanan tradisional (*traditional foods*). Makanan-makanan tradisional seperti enye, ranginang, rangining, dapros, kutu mayang dan lain-lain dapat dibuatkan inovasi produk untuk dikembangkan lebih lanjut.

Berdasarkan hasil identifikasi dan inventarisasi terhadap jenis-jenis makanan tradisional yang ada di Desa Jogjogan, maka pilihan jatuh pada enye yang dapat dikembangkan sebagai inovasi produk di Desa. Ada dua alasan yang melatar belakangi: Pertama, singkong sebagai bahan dasar mudah didapatkan, Kedua, Masyarakat sudah mempunyai kapasitas dan pengetahuan dasar dalam pembuatan enye. Oleh karena itu, dengan memperhatikan potensi Desa Jogjogan maka dilakukan pengembangan produk enye sebagai produk inovasi desa, diberi nama yaitu JOGJOGAN CHIPS (EnyeMilanKu).

METODE

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

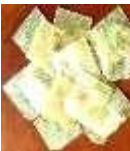
Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Jogjogan Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. Kegiatan ini dilaksanakan secara kelompok selama satu bulan lebih, mulai dari tanggal 15 Februari sampai 18 Maret 2022. Kegiatan yang dirancang serta dilaksanakan untuk mendukung program pengabdian masyarakat sebagai berikut: (1) pendampingan bimbingan teknis pembuatan inovasi produk (varian rasa dan ukuran produk); (2) pendampingan pengetahuan perhitungan harga pokok penjualan; (3) pendampingan membuat legalitas (nama, logo, dan kemasan produk).

Kegiatan pengabdian masyarakat lebih menekankan pada peningkatan daya saing desa dan mengembangkan produk unggulan bidang makanan tradisional, sehingga melalui kedua hal tersebut dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Jogjogan. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah mengkaji dan menganalisis secara menyeluruh tentang potensi dan kelemahan desa, meningkatkan kapasitas SDM yang ada di Desa Jogjogan, serta membantu menyesuaikan strategi apabila di perlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pada program inovasi di Desa Jogjogan, sebelum melaksanakan indentifikasi dan menginventarisasi potensi di Desa Jogjogan. Hasil dari indentifikasi bahwa dapat dikembangkan bersama yaitu petani yang menghasilkan singkong dan ibu pengrajin pembuat makanan tradisional enye, untuk memberikan perubahan inovasi agar dapat dilakukan perubahan untuk meningkatkan hasil penjualan dan mengikuti adanya perkembangan teknologi.

Berikut ini adalah program pengabdian masyarakat yang kami dampingi mulai dari inovasi produk (varian rasa dan ukuran produk), perhitungan harga pokok penjualan serta pembuatan nama, logo dan kemasan produk. Pada pengabdian masyarakat yang pertama ini yaitu pendampingan inovasi produk dari varian rasa dan ukuran produk adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Aspek Produk UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu)							
Rasa	Bentuk	Ukuran	Tekstur		Non Kemasan	Kemasan	
			Rata	Corak		Mentah	Matang
Rasa gurih	Bulat kecil	Rata-rata 2 cm	√	√			
Rasa pedas	Persegi empat	Rata-rata 2x2 cm	√	√			
Rasa asin	Persegi panjang	Rata-rata 1,5x5 cm	√	-			
Rasa manis	Segitiga sama sisi	Rata-rata 2x2 cm	√	√			

Sumber: UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu), 2024

Pada pengabdian masyarakat yang kedua ini yaitu pendampingan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dengan mengambil contoh perhitungan produksi untuk 60 kemasan Jogjogan Chips (EnyeMilanKu) mulai dari bahan baku, bahan penolong sampai perhitungan akhir.

Berikut ini adalah Tabel 2 bahan baku UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu) adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Bahan Baku UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu)			
Bahan Baku	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
Singkong	3 Kg	15.000	45.000
Bawang Putih	¼ Kg	5.000	5.000
Garam	1 Pcs	1.000	1.000
Penyedap Rasa	2 Pcs	500	1.000
Ketumbar	1 Pcs	2.000	2.000
Minyak Goreng	2 Liter	17.000	34.000
Daun Bawang	5 Batang	4.000	4.000
Cabai	500 Gram	5.000	5.000
Vanilli	6 Pcs	2.000	12.000
Total			109.000

Sumber: UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu), 2024

Berikut ini adalah Tabel 3 bahan penolong UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Bahan Penolong UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu)			
Bahan Penolong	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
Pouch/Kemasan	60 Pcs	500	30.000
Logo Kemasan	60 Pcs	750	45.000
Biaya Jasa Produk (Pegawai)	3 Orang	50.000	150.000
Total			225.000

Sumber: UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu), 2024

Berikut ini adalah Tabel 4 perhitungan akhir UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Perhitungan Akhir UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu)		
Keterangan	Biaya Pengeluaran (Rp)	Jumlah (Rp)
Bahan Baku	109.000	109.000
Bahan Penolong	225.000	225.000
Total		334.000

Sumber: UMKM Jogjogan Chisp (EnyeMilanKu), 2024

Pada pengabdian masyarakat yang ketiga yaitu pendampingan dengan membuat nama, logo dan kemasan produk pada UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanku) adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Nama, Logo dan Kemasan Produk UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu)			
No	Kategori	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
1.	Nama produk.	UMKM enye Ibu Odah.	UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu).
2.	Logo dan varian rasa produk.	UMKM belum mempunyai logo dan varian rasa hanya dua yaitu gurih dan pedas.	UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu) dibuatkan logo produk serta menambahkan varian rasa yaitu asin dan manis. Berikut adalah logo produk yang dibagi menjadi empat warna serta varian rasanya yaitu: - Hijau untuk rasa gurih



- Pink untuk rasa pedas



- Biru untuk rasa asin



- Kuning untuk rasa manis



3.	Kemasan produk.	UMKM hanya menggunakan kemasan kresek atau plastik biasa.	Kemasan produk UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu) diganti dengan menggunakan kemasan aluminium foil dan kemasan pouch. Berikut adalah kemasan produk UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu):
			- Mateng menggunakan kemasan aluminium foil.
			
			- Mentah menggunakan kemasan plastik atau pouch.
			

Sumber: UMKM Jogjogan Chips (EnyeMilanKu), 2024

SIMPULAN

Hasil dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Kecamatan Cisarua Desa Jogjogan telah melaksanakan tugas program yang telah di rencanakan dengan baik. Adapun tugas dan program yang sudah di rencanakan yaitu, menginovasikan produk UMKM berupa makanan enye, membuat nama, logo dan kemasan produk serta pencatatan harga pokok penjualan.

Terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat ini menguntungkan banyak pihak mulai dari UMKM, Masyarakat, Aparatur Desa, Mahasiswa dan Universitas. Untuk terwujudnya masa depan Indonesia maka kedepannya Mahasiswa harus berkontribusi banyak terhadap masyarakat, serta mahasiswa harus berkolaborasi dengan masyarakat untuk pengembangan dan pemerataan desa agar program kerja inovasi produk telah terlaksana dengan baik. Sedangkan untuk UMKM kedepannya harus lebih semangat dalam mengelola usahanya karna UMKM adalah penopang perekonomian suatu Bangsa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan sebesar-besarnya kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi serta pihak Universitas Djuanda atas kepercayaannya memberikan kesempatan untuk mendapatkan ilmu baru melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Terima kasih juga kepada disampaikan kepada Kecamatan Cisarua, Desa Jogjogan Kabupaten Bogor, meskipun tidak semua dilakukan pendampingan. Semoga hasil pendampingan ini bias mensejahterakan masyarakat dengan meningkatkan kemampuan dan potensi dalam bersaing di tingkat lokal, regional maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M. (2007). Analisis Usaha Kecil dan Menengah. *CV.Andi Offset*.
- Aris Ariyanto, D. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatra Barat: CV Intan Cendekia Mandiri.
- Assuari, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Druker. (2017). *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga.
- Fahmi dan Akbar, F. (2020). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 5, No. 1, h. 62-81. .
- Hadi, S. (2003). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Pustaka Andi.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Jumingan. (2019). *Analisi Laporan Keuangan*. Pt Bumi Aksara.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Keller, K. D. (2015). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga .
- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prectice Hall.
- Kotler, P. d. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta. : Salemba Empat.
- Kotler, P. K. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Rudjito. (2003). *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sujarweni, W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press Yogyakarta. .
- Thomas W Zimmerer, N. M. (2017). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba empat.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.