

**INOVASI PRODUK PADA UMKM OPAK EMAK RUYATI DI DESA TALUNJAYA,  
BANYUSARI, KARAWANG**

Rendra Firmansyah<sup>1</sup>, Yana Cahyana<sup>2</sup>

Program Studi Teknik Indstri, Fakultas Teknik

[ti20.rendrafirmansyah@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ti20.rendrafirmansyah@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>

[yana.cahyana@ubpkarawang.ac.id](mailto:yana.cahyana@ubpkarawang.ac.id)<sup>2</sup>

**Ringkasan**

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Desa Talunjaya adalah salah satu desa di Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Indonesia. Waktu dan Tempat, Target Subjek, Prosedur Kajian, Instrumen Data. Pengumpulan data yang telah dilakukan terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala pada UMKM Opak Emak Ruyati. Faktor internal didapatkan dari hasil wawancara dan observasi terhadap UMKM Opak Emak Ruyati. Kualitas produk yang dihasilkan cukup diminati konsumen. Rasa yang dihasilkan memiliki kerenyahan yang berbeda dari produk lainnya. Pembaruan pada kemasan memberikan kemudahan konsumen dan meningkatkan kualitas produk UMKM. Sedangkan penguatan citra produk UMKM Opak Emak Ruyati dengan melakukan pembuatan desain yang meliputi: logo, branding, konfigurasi warna serta pendekatan unsur fotografi dalam penguatan visual dalam desain kemasan memberikan penguatan merek milik UMKM Opak mampu bersaing di pasar dan siap berkompetisi. Lakukan varian rasa pada Opak, yang tidak hanya rasa original saja tetapi ada terobosan rasa lainnya mengikuti trend minat konsumen yang sedang trend saat ini.

Kata Kunci: UMKM, Kualitas Produk, Pembaruan Kemasan

**Pendahuluan**

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari

pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Rahayu, 2016).

Daya tarik sebuah produk baik produk makanan dan minuman dapat ditingkatkan melalui pengembangan desain kemasan yang baik. Pengembangan desain kemasan mengacu pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Pengertian dari kemasan produk adalah wadah atau bungkus yang digunakan untuk melindungi produk dari resiko kerusakan dan memperbaiki penampilan produk. Definisi pengemasan adalah aktivitas/kegiatan/proses memasukkan produk ke dalam wadah. Jadi, secara ringkat pengertian dari kemasan produk adalah pelindung yang membungkus produk. Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006:33). Menurut Kotler & Keller (2009:27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010:132).

Pengembangan produk merupakan aktivitas lintas disiplin yang membutuhkan kontribusi dari hampir semua fungsi yang ada di perusahaan, tetapi tiga fungsi yang selalu paling penting bagi proyek pengembangan produk (Cross, 1994) adalah: 1.)Pemasaran. Fungsi pemasaran adalah menjembatani interaksi antara perusahaan dengan pelanggan. Peranannya adalah memfasilitasi proses identifikasi peluang produk, pendefinisian segmen pasar, dan identifikasi kebutuhan pelanggan. Bagian pemasaran juga secara khusus merancang komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, menetapkan target harga dan merancang peluncuran serta promosi produk. 2.)Perancangan (disain). Fungsi perancangan memegang peranan penting dalam mendefinisikan bentuk fisik produk agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks tersebut tugas

bagian perancangan mencakup disain engineering (mekanik, elektrik, software, dan lain-lain) dan disain industri (estetika, ergonomi, user interface). 3.)Manufaktur. Fungsi manufaktur terutama bertanggung jawab untuk merancang dan mengoperasikan sistem produk pada proses produksi produk. Fungsi ini mencakup pembelian, instalasi, dan distribusi.

Inovasi adalah membuat suatu ide atau penemuan produk atau jasa yang menciptakan nilai yang cukup bagi pelanggan untuk mau membeli. Menciptakan produk dan layanan yang unik dan membawanya ke pasar sebelum pesaing dapat menguntungkan perusahaan, seringkali menjadi penting bagi reputasinya dan kesuksesan yang berkelanjutan. Memahami proses inovasi produk dan alasan untuk menggunakan dapat membantu Anda mengembangkan kemampuan profesional yang berharga di industri apa pun. Inovasi adalah salah satu sumber yang paling penting dari keunggulan kompetitif (Hansen, 2014; Gunday et al, 2011).

Menurut Albors-Garrigos (2009) inovasi adalah proses brainstorming, perkembangan teknologi, proses manufaktur, produk baru atau yang dikembangkan. Sedangkan menurut Ellitan dan Anatan (2009) inovasi berarti “kreativitas dalam menciptakan produk, layanan, ide, atau proses baru, baik yang telah diterapkan di organisasi atau yang dikembangkan di luar organisasi.

Secara sederhana inovasi didefinisikan sebagai “perubahan organisasi yang menyertai”. Sebuah ide baru memicu inovasi. Sedangkan kreativitas berpatokan ke kemampuan guna hasilkan dan menghasilkan ide-ide baru yang bermanfaat. Karena inovasi dan kreativitas tidak dapat dipisahkan dan sering digunakan secara bergantian, inovasi tanpa kreativitas akan gagal. Kreativitas dan komersialisasi digabungkan untuk membentuk inovasi (Stamm, 2008). Dari proyek sehingga produk yang dihasilkan sangat inovatif perusahaan harus memiliki proses, prosedur, dan struktur untuk memungkinkan pelaksanaan tepat pada waktunya dan efektif untuk proyek tersebut. Akbar (2019) bahwa inovasi produk dan kualitas produk dapat mempengaruhi keunggulan bersaing.

Pengertian desain produk menurut Industrial Designers Society of America (IDSA) dalam Ulrich dan Eppinger (2016) adalah layanan profesional di mana “konsep dan spesifikasi dibuat serta dikembangkan yang memaksimalkan fungsi, nilai, dan tampilan barang serta terdapat penciptaan sistem guna keuntungan bersama di antara pemakai serta produsen/konsumen.”. Menurut Ulrich dan Eppinger (2016) dalam Dreyfuss (2003) menjabarkan ada 5 tujuan penting pada proses desain produk, yakni: 1)Utility (Kegunaan), Produk yang dipakai tidak hanya perlu bebas dari bahaya yang terhadap keselamatan manusia tetapi juga intuitif dan mudah untuk dipakai. 2)Appearance (Tampilan), Kemasan produk memiliki bentuk yang khas, garis yang kontras, dan corak warna yang

eye-catching (menarik). 3)Easy to maintain (Kemudahan pemeliharaan), Produk tidak hanya dibuat guna digunakan pada waktu yang singkat tapi pada waktu yang lama maka harus mudah guna dirawat ataupun diperbaiki. 4)Low cost (Biaya yang rendah), Agar produk menjadi kompetitif, mereka perlu bisa diproduksi yang biayanya seminimal mungkin. 5)Communication (Komunikasi), Desain produk perlu mampu mengkomunikasikan filosofi serta tujuan perusahaan melalui penerapan prinsip-prinsipnya.

Desa Talunjaya adalah salah satu desa di Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Indonesia. Saat ini desa membangun dan meningkatkan hasil pertanian dengan jalan penataan pengairan, perbaikan jalan sawah/jalan usaha tani, pemupukan, dan pola tanam yang baik. Meningkatkan pelayanan masyarakat secara terpadu dan serius. Penataan saluran irigasi secara rutin untuk mencukupi kebutuhan pertanian. Desa Talunjaya, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang memiliki 3 Dusun, yaitu diantaranya: 1.)Dusun Talun Asman, 2.)Dusun Kiara, dan 3.)Dusun Genteng. Desa Talunjaya sendiri mayoritas masyarakatnya merupakan Buruh Tani, tetapi di Desa Talunjaya itu sendiri ada UMKM-Nya yaitu yang bergerak di bidang makanan ataupun jasa. Pada program KKN TEMATIK 2023 yang berjudul “Gotong Royong Membangun Desa Berkarya dan Berdaya Menuju Tercapainya SDGs Desa”, dilakukan sosialisasi kepada pemilik usaha UMKM Opak mengenai pengembangan dan inovasi produk agar terlihat memiliki identitas pada plastik yang akan di jual nanti. UMKM yang kami jadikan sebagai pengembangan dan inovasi produk untuk menjadi pilihan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang yaitu Opak Emak Ruyati, yang beralamatkan di Dusun Kiara, Desa Talunjaya, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

## Metode

Adapun beberapa alur metode yang dilakukan oleh penulis dalam pelaksanaan kegiatan KKN TEMATIK 2023, diantaranya sebagai beriku:

### A. Waktu dan Tempat

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema “Gotong Royong Membangun Desa Berkarya dan Berdaya Menuju Tercapainya SDGs Desa” di Desa Talunjaya, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang. Adapun waktu yang dilaksanakan terhitung dari tanggal 01 Juli – 31 Juli 2023. Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berada di Desa Talunjaya merupakan objek yang dikaji dengan mencari permasalahan yang ada.

Selanjutnya, mengkaji permasalahan tersebut untuk menemukan solusi yang tepat sehingga dapat menjadi jawaban yang dapat bermanfaat bagi pelaku UMKM.

#### B. Target Subjek

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertarget pada UMKM dengan merancang design label dan design kemasan pada produk Opak Emak Ruyati. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk serta citra identitas pada produk Opak Emak Ruyati dalam masyarakat luas.

#### C. Prosedur Kajian

Prosedur kajian dalam Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah memperhatikan jenis kemasan, membuat design label produk dengan cara membuat menjadi stiker kemudian ditempelkan pada kemasan.

#### D. Instrumen Data

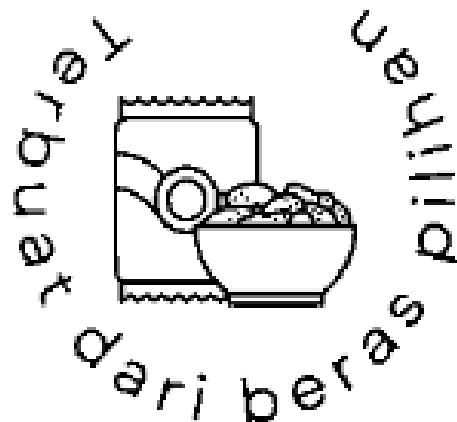
Dalam instrumen data Kuliah Kerja Nyata (KKN) menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti, observasi yang bertujuan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis, studi pustaka bertujuan untuk memahami literatur yang relevan sehingga dapat memperoleh alternatif solusi secara ilmiah, dokumentasi yang bertujuan untuk mendukung bukti kegiatan penelitian, wawancara yang bertujuan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelaku UMKM.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Hasil pengumpulan data yang telah dilakukan terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala pada UMKM Opak Emak Ruyati. Faktor internal didapatkan dari hasil wawancara dan observasi terhadap UMKM Opak Emak Ruyati. Kualitas produk yang dihasilkan cukup diminati konsumen. Rasa yang dihasilkan memiliki kerenyahan yang berbeda dari produk lainnya. Sedangkan untuk perkembangan pemasaran masih belum menunjukkan peningkatan yang lebih cepat. Dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Emak Ruyati, identitas produk belum menjadi keseriusan dalam produk ini. Hanya cukup memiliki nama saja. Selain itu, kemasan yang digunakan belum dapat memenuhi persyaratan untuk masuk di pasar swalayan. Perlu adanya pengembangan desain kemasan.

Faktor eksternal dipengaruhi kebijakan pemerintah Kementerian bidang perekonomian untuk mendorong UMKM untuk naik kelas yaitu dengan Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja.

Tujuannya untuk memperluas peluang usaha demi pertumbuhan ekonomi yang berkualitas melalui kemudahan dan simplifikasi perizinan, pemberdayaan usaha menengah, kecil, dan mikro (UMKM) dan koperasi, serta penciptaan lapangan kerja dan kesejahteraan pekerja yang berkelanjutan. Perkembangan UMKM perlu adanya pengembangan produk dan perbedaan desain yang sesuai dengan permintaan pasar di era modern ini. Kemudian peneliti membuat desain label UMKM Opak Emak Ruyati yang menggunakan bantuan Software Canva.



Gambar 1. Logo Opak Emak Ruyati



Gambar 2. Logo Label Opak Emak Ruyati



Gambar 3. Dokumentasi Dengan Pemilik UMKM

## Kesimpulan dan Rekomendasi

### A. Kesimpulan

Pembaruan pada kemasan memberikan kemudahan konsumen dan meningkatkan kualitas produk UMKM. Sedangkan penguatan citra produk UMKM Opak Emak Ruyati dengan melakukan pembuatan desain yang meliputi: logo, branding, konfigurasi warna serta pendekatan unsur fotografi dalam penguatan visual dalam desain kemasan memberikan penguatan merek milik UMKM Opak mampu bersaing di pasar dan siap berkompetisi. Pengembangan tersebut juga sekaligus menjawab upaya peningkatan citra reputasi UMKM agar mudah diingat dan dikenali. Terakhir, akan mampu meningkatkan nilai jual dan daya saing dari produk serta UMKM itu sendiri.

### B. Rekomendasi

Rekomendasi terhadap dari varian rasa Opak, yang tidak hanya rasa original saja tetapi ada terobosan rasa lainnya mengikuti trend minat konsumen yang sedang trend saat ini.

## Daftar Pustaka

- Akbar, E.R.V., 2019. Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada MC Donalds Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.

- Albors-Garrigos, J., 2009. "Innovation Management and New Product Development. By Paul Trott," R&D Management, 39(2), hal. 226–228.
- Ellitan, L., dan Anatan, L., 2009. Manajemen Inovasi: Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia. Bandung: Alfabeta.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., Alpkhan, L., 2011. Effects of Innovation Types on Firm Performance, International Journal of Production Economic. Vol. 133 pp. 662- 676.
- Hansen, E., 2014. Innovativeness in the face of decline performance implication, International Journal of Innovation Management. Vol 18. N0. 5 pp. 1450039-1 – 20.
- Kotler, dan Keller., 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi. 13. Jakarta: Erlangga.
- Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2006. Desain Kemasan. Jakarta: Erlangga.
- Rahayu, DP.. 2016. Kajian Keberhasilan Program Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pangan Direktorat Surveilan dan Penyuluhan Keamanan Pangan dalam Penerapan Prinsip Keamanan Pangan. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti, Freddy. 2005. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia.
- Stamm, B. von., 2008. Managing Innovation, Design and Creativity. 2 ed. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Ulrich, K.T. dan Eppinger, S.D., 2016. Product Design and Development. 6 ed. New York: McGraw-Hill Education.