

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN PRODUK BARU PADA UMKM NUGGET LELE GUNA PENINGKATAN DAYA SAING

Alfi Syahrin , Afif Hakim
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik
ti19.alfisyahrin@mhs.ubpkarawang.ac.id
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Industri 4.0 merupakan istilah yang relatif baru dan mungkin masih belum banyak diketahui dan dipahami oleh khalayak di bidang industri. Industri 4.0 menjadikan proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama. Semua obyek dilengkapi perangkat teknologi yang dibantu sensor dan mampu berkomunikasi sendiri dengan sistem teknologi informasi. Dalam melakukan penjualan online akan membutuhkan kemasan, merek, dan label. Masalah yang ditemukan saat ini adalah pelaku usaha belum bisa memenuhi kebutuhan konsumen dalam berbagai aspek secara menyeluruh. Selain itu produsen juga belum bisa mengidentifikasi atribut yang menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam membeli produk. Hal ini menyebabkan lemahnya daya saing yang disebabkan oleh desain kemasan produk yang kurang menarik. Kemasan merupakan hal yang penting karena menjadi identitas dari suatu produk, merek adalah nama, simbol atau lambang yang memberikan identitas produk. *Labelling* adalah bagian yang menginformasikan mengenai produk dan penjual. Label hendaknya memperjelas informasi kepada konsumen dan mempunyai efek promosi. Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan pada tanggal 1-31 Juli yaitu berupa kegiatan Pendampingan Pengembangan Produk Baru Pada UMKM Nugget Lele Guna Peningkatan Daya Saing. Beberapa manfaat praktis yang diharapkan dari pelaksanaan KKN yaitu pelaku usaha memahami pentingnya kemasan yang menarik, merek, dan label untuk usahanya guna meningkatkan daya saing.

Kata kunci: pengembangan produk baru, kemasan, umkm

Abstrack

Industry 4.0 is a relatively new term and may not be widely known and understood by industry audiences. Industry 4.0 makes the production process run with the internet as the main support. All objects are equipped with technology devices that are assisted by sensors and are able to communicate independently with information technology systems. In doing online sales will require packaging, brands, and labels. The problem found today is that business actors have not been able to fully meet consumer needs in various aspects. In addition, producers have not been able to identify the attributes that are the main considerations for the public in buying products. This causes weak competitiveness caused by unattractive product packaging designs. Packaging is important because it becomes the identity of a product, a brand is a name, symbol or symbol that gives a product identity. Labeling is the part that informs about the product and the seller. Labels should clarify information to consumers and have a promotional effect. The implementation of this Real Work Lecture (KKN) was carried out on July 1-31 in the form of Assistance in New Product Development for Small and Medium Enterprises of Catfish Nugget to

Increase Competitiveness. Several practical benefits are expected from the implementation of KKN, namely that business actors understand the importance of attractive packaging, brands, and labels for their businesses to increase competitiveness.

Keywords : new product development, packaging, umkm

Pendahuluan

Industri 4.0 merupakan istilah yang relatif baru dan mungkin masih belum banyak diketahui dan dipahami oleh khalayak di bidang industri. Menurut pendapat Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Kabinet Kerja) Airlangga Hartarto dikutip dari Gliemourinsie (Prasetyo & Sutopo, 2017), Industri 4.0 menjadikan proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama. Semua obyek dilengkapi perangkat teknologi yang dibantu sensor dan mampu berkomunikasi sendiri dengan sistem teknologi informasi.

Jika melihat pada penjelasan mengenai Industri 4.0 yang erat kaitannya dengan proses produksi, maka kehadirannya tidak terlepas dari pengaruh keilmuan teknik industri. Keilmuan teknik industri sejak era revolusi industri berkembang pesat sampai ke zaman modern. Lingkup kajiannya yang semula sempit menjadi semakin luas.

Dalam melakukan penjualan online akan membutuhkan kemasan, merek, dan label. Kemasan merupakan hal yang penting karena menjadi identitas dari suatu produk, merek adalah nama, simbol atau lambang yang memberikan identitas produk. *Labelling* adalah bagian yang menginformasikan mengenai produk dan penjual. Label hendaknya memperjelas informasi kepada konsumen dan mempunyai efek promosi. Pendampingan adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang bersifat konsultatif, interaktif, komunikatif, motivatif, dan negosiatif (Emilda et al., 2022). Label kemasan paling tidak memiliki informasi nama produk, deskripsi singkat serta nomor telepon yang bias dihubungi untuk pemesanan.

Masalah yang ditemukan saat ini adalah pelaku usaha belum bisa memenuhi kebutuhan konsumen dalam berbagai aspek secara menyeluruh. Selain itu produsen juga belum bisa mengidentifikasi atribut yang menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam membeli produk. Hal ini menyebabkan lemahnya daya saing antara lain disebabkan oleh desain kemasan produk yang kurang menarik; jalur distribusi produk yang kurang baik; strategi promosi yang masih tradisional serta belum memiliki jejaring bisnis yang luas (Chandra Trisna, 2015). Beberapa hal tersebut menyebabkan tingkat

penjualan produk yang dihasilkan tersebut belum dapat mengalami peningkatan secara signifikan.

Produk yang akan dilakukan pengembangan lebih lanjut adalah produk nugget lele. Nugget lele banyak disukai oleh masyarakat dari berbagai golongan usia dan ekonomi. UMKM yang berada di Desa Cigunungsari yang akan dikembangkan adalah Nugget Lele hasil dari produksi Bu Nyai. Bu Nyai adalah salah satu pelaku usaha nugget lele berskala kecil menengah. Nugget lele ini memiliki bahan dasar ikan lele yang memiliki berbagai vitamin yang baik untuk perkembangan anak. Walaupun masih tergolong baru, namun kualitas rasa yang ada di setiap nugget lele selalu diperhatikan. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen adalah dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen melalui informasi yang terkandung pada nugget lele.

Metode

Metode Pelaksanaan yang dilakukan pada kegiatan pengembangan produk ini terdiri atas empat tahapan, yaitu: Tahap Analisis Permasalahan, Tahap Pengenalan, Tahap Pendampingan Pengembangan Produk, dan Tahap Pengendalian.

Tahapan yang pertama; adalah Tahap Analisis Masalah. Tahap ini adalah tahap awal mulai dari program kerja dengan tujuan untuk menganalisis masalah yang terjadi pada UMKM Nugget Lele. Pada Tahap ini juga dijalin komunikasi dengan Pelaku usaha, dalam hal ini adalah usaha dengan status UMKM yang terletak di Desa Cigunungsari Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang.

Tahap Pengenalan; kegiatan ini dilakukan oleh peneliti pada saat melaksanakan program kerja pendampingan produk baru pada nugget lele.

Tahap Pendampingan Pengembangan Produk; kegiatan ini dilaksanakan dengan cara sosialisasi kepada pelaku usaha. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan oleh peneliti berupa ceramah dan *sharing* mengenai pengembangan produk. Kegiatan ini dilaksanakan

selama materi sebagai berikut: sesi (1) pengenalan berbagai macam kemasan, (2) menjelaskan pengaruh kemasan terhadap peningkatan daya saing, (3) Praktek pengemasan menggunakan kemasan yang baru, (4) evaluasi seluruh materi/kegiatan.

Tahap Pengendalian; tahap ini merupakan tahap akhir dimana diperoleh hasil pengembangan produk baru berupa perancangan ulang kemasan produk sesuai dengan

yang diinginkan pelanggan serta melakukan pendampingan untuk membantu memberikan konsultasi solusi kemasan produk yang baru dimana dapat langsung diterapkan pada pelaku usaha.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam tahap pelaksanaan dibagi menjadi 3 tahap yaitu pertama, tim KKN memberikan pemahaman mengenai pentingnya kemasan, merek dan label dalam meningkatkan penjualan. Kedua, menentukan jenis kemasan yang tepat untuk penjualan nugget lele. Ketiga, tahap selanjutnya adalah membuat merek dan label untuk penjualan nugget lele.

Dari observasi dan wawancara yang dilakukan, dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku usaha. Dalam melakukan penjualan secara online dibutuhkan kemasan, merek, dan label. Pelaku usaha perlu diberikan pemahaman mengenai pentingnya kemasan, merek, dan label dalam meningkatkan penjualan. Kemasan, merek, dan label merupakan bagian dari atribut produk.

Kemasan (*Packaging*) adalah proses yang berkaitan dengan wadah atau pembungkus untuk suatu produk (Emilda et al., 2022). Keputusan dalam menentukan bentuk dan size kemasan untuk nugget ini adalah segmen pasar dan harga agar bisa didistribusikan lebih luas. Kemasan yang dipilih untuk nugget lele adalah kualitas dan size kemasan yang tidak terlalu kecil dan besar agar harga yang dikenakan kepada pelanggan masih terjangkau. Dalam penentuan kemasan yang akan digunakan, tim KKN membantu memberikan saran baik dalam hal bentuk, size, dan kualitas dari kemasan yang akan dibeli. Berikut gambar kemasan yang digunakan untuk nugget lele.



Gambar 1. Kemasan *Ziplock*

Kemasan *ziplock* pada gambar 1 memiliki bentuk yang praktis sehingga ringan dan mudah dibawa, dengan teknologi mengunci kemasan, kemasan ini dapat menjaga kualitas dari nugget lele. Hal yang mendasari pemilihan size adalah harga, semakin besar kemasan *ziplock* yang digunakan maka harga kemasan juga akan lebih mahal sehingga mempengaruhi harga yang akan dikenakan ke konsumen mengingat segmen dari konsumen adalah menengah kebawah sehingga tetap terjangkau oleh pelanggan.



Gambar 2. Kemasan *Thinwall*

Kemasan *thinwall* pada gambar 2 memiliki bentuk yang lebih besar dengan kapasitas yang lebih banyak, kemasan ini juga dapat menjaga kualitas dari nugget lele karena apabila nugget tidak habis dalam satu kali memasak bisa disimpan kembali dengan menutup kemasan dan menyimpannya di lemari pendingin agar nugget tahan lama. Kemasan yang lebih besar juga sangat cocok untuk dikonsumsi dengan banyak orang, karena jumlah nugget yang lebih banyak dibanding kemasan *ziplock*.

Dalam membuat merek dan label, tim KKN membuat desain nya sendiri dan mencetaknya di percetakan untuk dibuatkan stiker yang nantinya akan ditempel pada kemasan.



Gambar 3. Design Nugget Lele

Merek dari produk nugget tradisional adalah “Cigunungsari”, pemberian Merek dari nugget ini dilatarbelakangi oleh nama desa dari tempat tinggal pemilik nugget lele yaitu Cigunugsari. Mengenai label dari merek “Cigunungsari” memuat tentang informasi mengenai komposisi, kandungan vitamin, dan kontak yang dihubungi.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Hasil yang didapatkan dari pengabdian kepada masyarakat dalam kegiatan KKN ini cukup baik, yakni: Pelaku usaha di Desa Cigunungsari Kecamatan Tegalwaru memberikan dukungan dan bersemangat untuk bekerja sama dalam Pendampingan Pengembangan Produk Pada UMKM Nugget Lele Guna Peningkatan Daya Saing, pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya kemasan yang menarik guna meningkatkan daya saing. Peningkatan kemampuan bagi pelaku usaha untuk melakukan pengembangan produk. Hal ini akan bermanfaat bagi keberlangsungan usaha dan meningkatkan daya saing. Kegiatan pengembangan produk dilakukan agar pelaku usaha memahami pentingnya kemasan, merek dan lebel bagi usahanya.

Daftar Pustaka

Chandra Trisna, S. (2015). ANALISA PROSES DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PRODUK BARU. *Jurnal AGORA*, 3(1), 287–288.

Emilda, E., Wulandari, T., & Lazuardi, S. (2022). Pendampingan UMKM Penjual Jamu Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Kemasan, Merek, dan Label. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(1), 53–60.
<https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i1.1249>

Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2017). Perkembangan Keilmuan Teknik Industri Menuju Era Industri 4.0. In *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC*.