

PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK UMKM SUSU KEDELAI MAVIES

Nurlita Sukma Insani¹, Anggy Giri Prawiyogi²

Teknik Industri, Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer¹, Dosen Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Buana Perjuangan Karawang²

t118.nurlitainsani@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, ²anggy.giriprawiyogi@ubpkarawang.ac.id²

Ringkasan

Di dalam suatu negara perekonomian bergantung pada usaha yang dilakukan oleh masyarakatnya. Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan sektor usaha yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UKM (Usaha Kecil dan Menengah) atau ada pula yang menyebutnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah aktivitas usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha milik perorangan. Salah satu bidang UMKM yang banyak ditemui di Indonesia adalah UMKM pada bidang minuman. Produk UMKM minuman ini salah satunya adalah susu yang berbahan dasar kedelai atau biasa dikenal dengan “Sule Mavies” yaitu Susu Kedelai Mama Viesca. Sule Mavies ini merupakan produk minuman yang beralamatkan di PERUM PMI 2 Blok BB 5 No. 25 Desa Pangulah Utara, Kecamatan Kotabaru. UMKM ini memproduksi susu kedelai semenjak tahun 2009 yang artinya sudah 12 tahun berdiri. Namun UMKM ini masih menghadapi kendala internal maupun eksternal dalam proses pengembangan usahanya. Saat ini masih banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM yang belum menggunakan prinsip digitalisasi sehingga sulit untuk bersaing dengan industri yang lebih besar. Dalam produk Sule Mavies ini perlu dilakukan pembaruan pada kemasan dan pemberian logo yang menarik pada produknya agar mempunyai daya jual yang tinggi. Pada strategi pemasaran Sule Mavies ini juga perlu menggunakan media sosial agar penjualannya luas dan produknya dapat dikenal oleh banyak orang.

Kata Kunci : UMKM, Perancangan dan Pengembangan Produk, Susu Kedelai Mavies

Pendahuluan

Desa Pangulah Utara adalah salah satu desa dari sembilan desa yang ada di wilayah Kecamatan Kotabaru Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. Dari sekian banyak bidang UMKM yang ada di Desa Pangulah Utara, salah satunya UMKM di bidang minuman yaitu “Sule Mavies” yang merupakan salah satu UMKM binaan Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang. UMKM ini telah berdiri sejak 2009-2021 yang artinya sudah 12 tahun berdiri. Sule Mavies merupakan usaha rumahan milik Ibu Hikmah yang beralamat di PERUM PMI 2 Blok BB 5 No. 25 Desa Pangulah Utara, Kecamatan Kotabaru. Susu kedelai mavies ini sangat digemari banyak orang dari berbagai kalangan karena selain susu ini memiliki rasa yang enak dan segar juga memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Namun ada beberapa hal yang dari produk ini yang perlu dikembangkan dan mengikuti perkembangan usaha minuman pada umumnya di masa sekarang. Oleh karena itu perlu dilakukan perancangan dan pengembangan pada produk UMKM Susu Kedelai Mavies.

Seperti yang kita ketahui, produk adalah keluaran (*output*) yang diperoleh dari sebuah proses produksi (transformasi) dan merupakan penambahan nilai dari bahan baku dan merupakan komoditi yang dijual kepada konsumen. Perancangan dan pengembangan produk adalah semua proses yang berhubungan dengan keberadaan produk yang meliputi segala aktivitas mulai dari identifikasi keinginan konsumen sampai fabrikasi, penjualan dan delivery dari produk. Melalui perancangan dan pengembangan produk diharapkan akan menghasilkan inovasi – inovasi produk baru yang mampu memberikan keunggulan tertentu di dalam mengatasi persaingan. Dengan adanya perancangan dan pengembangan produk, akan mendapatkan suatu pemikiran agar menciptakan atau memperbaiki produk yang sudah ada. Dalam memperkenalkan sebuah produk yang baru dirancang maupun produk yang dirancang ulang, perlu banyak cara supaya produk diminati serta dapat memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi nilai estetika, kualitas serta fungsi dari produk itu sendiri.

Menurut Harsokoesoemo (2004) adalah kegiatan awal dari suatu rangkaian kegiatan dalam proses pembuatan produk. Dalam tahap perancangan dibuat keputusan-keputusan penting yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan lain yang menyusul. Diantara keputusan penting tersebut termasuk keputusan yang membawa akibat apakah industri dalam negeri dapat berpartisipasi atau tidak dalam suatu pembangunan proyek. Perancangan produk baru ditinjau dari dua sisi yaitu:

1. Produk baru yang benar-benar baru (hasil inovasi)
2. Produk baru yang merupakan hasil modifikasi.

Metode

Penelitian ini dilakukan pada UMKM Sule Mavies yang bertempat di PERUM PMI 2 Blok BB 5 No. 25 Desa Pangulah Utara. Waktu penelitian dilaksanakan selama kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) berlangsung, yakni pada tanggal 1-31 Juli 2021. Metode diskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Maksud dari penelitian ini agar peneliti dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kenyataan, menggali, dan menganalisis lebih mendalam terkait strategi pengembangan produk dan inovasi produk Susu Kedelai Mavies. Wawancara, observasi dan dokumentasi adalah pendekatan kualitatif yang diperoleh oleh peneliti. Menurut Poerwandari (2005), penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara dan observasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil penelitian dan berikut pembahasannya, maka perancangan dan pengembangan produk pada UMKM Sule Mavies diantaranya adalah :

1. Pengembangan Produk

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:

a. Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah menjembatani interaksi antara perusahaan dengan pelanggan. Peranan lainnya 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.

b. 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).

c. Manufaktur.

Fungsi manufaktur terutama bertanggung jawab untuk merancang dan mengoperasikan sistem produk pada proses produksi produk. Fungsi ini mencakup pembelian, instalasi, dan distribusi.

2. Inovasi Produk

Definisi mengenai pengertian inovasi produk menurut Hurley dan Hult (1998) adalah sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru, dan menawarkan produk yang lebih inovatif, serta meningkatkan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Fontana menyebutkan inovasi produk yang mencakup perubahan-perubahan pada:

- a. Bungkus produk, membangun, memperbaiki kemasan suatu produk sehingga lebih inovatif
- b. Ukuran produk, adanya keragaman ukuran yang inovatif.
- c. Inovasi proses, mengubah maupun membangun proses produksi menjadi lebih efisien.

3. Desain

- a. Untuk menarik pelanggan harus memiliki *brand* yang kuat atau logo yang menarik. Hal ini bisa dilakukan dengan menawarkan produk yang tidak kalah unik dengan pesaing. Di samping itu juga harus bisa mewujudkan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan, tetapi ditambahkan dengan nilai plus, sehingga hal tersebut dapat membedakan produk pesaing. Salah satu cara membuat produk yang unik adalah dengan disain kemasan produk yang menarik. Percuma saja jika memiliki brand yang kuat, tetapi tidak memiliki disain kemasan produk yang dapat membuat pelanggan melirikinya. Dengan adanya disain kemasan produk yang unik dan menarik, maka produk akan memasuki tahap untuk diteliti untuk dibeli oleh pelanggan.



Gambar 1 Logo Susu Kedelai Mavies

- b. Selain faktor pelanggan, disain kemasan produk juga merupakan salah satu aspek yang penting dalam pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan harus mendisain kemasan produk sebaik, semenarik, dan seunik mungkin.



Gambar 2 Produk Susu Kedelai Mavies

- c. Mulai mendisain kemasan produk dalam proses pengembangan produk. Membuat sebuah *draft* beberapa ide untuk mendapatkan visual hasil akhir dari sebuah produk, dalam arti kata harus membayangkan seperti apa produk tersebut jika sudah jadi akan terlihat.



Gambar 3 Konsep Ide Pengembangan Kemasan Produk

- d. *Keep It Simple* adalah semboyan yang selalu disebutkan oleh para disainer. Dengan menjaga disain kemasan produk agar tetap sederhana, maka akan menguntungkan di kemudian hari. Hal yang perlu diingat adalah bahwa disain kemasan produk harus menyajikan apa yang seharusnya disajikan. Disain kemasan produk harus mengandung detail mengenai produk yang dijual, kemudian untuk memberikan peringatan yang berlaku. Hal ini juga berguna agar mengurangi biaya dalam pembuatan disain kemasan produk.

- e. *Market Positioning* dan *Branding* merupakan dua hal yang sangat penting dalam pembuatan desain kemasan produk. Dengan mengetahui pasar sasaran yang dituju termasuk ke dalam pengidentifikasian harapan pelanggan terhadap suatu produk akan mendukung efektifitas pemasaran pelanggan. Di samping itu perlu juga dilakukan dengan mengamati kompetitor, karena produk akan menjadi lebih besar hanya dengan mempelajari lawan kompetitor.

Selain itu, untuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM “Sule Mavies” belum mempunyai jaringan yang luas dan pemasarannya masih hanya dalam lingkup yang kecil. Karena itu perlu dilakukannya pemasaran yang melibatkan *social media facebook, instagram*, dll melakukan iklan/promosi, contohnya bisa menggunakan *flyer* yang diunggah melalui *media social* atau di *share* kepada banyak orang untuk meningkatkan penjualan agar banyak orang yang dapat menjangkau dan meningkatkan penjualan susu kedelai Mavies agar produk tersebut dapat mudah dijangkau dan terjual dalam lingkup yang lebih luas.

SUSU KEDELAI
Sule Mavies
0852-1075-8794
SEHAT - SEGAR - ENAK

Susu Kedelai Mavies Menu
Susu Kedelai Original
Susu Kedelai Coklat
Susu Kedelai Strawberry

Only
1.5K

Manfaat Susu Kedelai :
1. Membantu proses pertumbuhan
2. Membantu menurunkan kolesterol
3. Membantu menurunkan tekanan darah
4. Membantu mengontrol gula darah
5. Memberi nutrisi kepada ibu hamil, dsb.

How to Order?
Bisa datang langsung ke alamat yang tertera.

Or

Pesan via WA → Send Address → Antar

Pesan dari rumah? Kami siap Antar! 🚗👓

Dalam proses produksi dan pengiriman Susu Kedelai Mavies kami selalu menerapkan Protokol Kesehatan yang ketat.

0852 - 1075 - 8794 @kkn21pangulahutara

PERUM PMI 2 BLOK BB 5 NO. 25 PANGULAH UTARA - KOTABARU

Gambar 4 Flyer Susu Kedelai Mavies

Kesimpulan dan Rekomendasi

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan kemasan produk yang menarik terbukti mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli dan memiliki ketertarikan atas produk yang dijual. Selain itu, kemasan produk adalah *brand image* perusahaan, sehingga bisa dijadikan sebagai identitas perusahaan agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat. Pemasaran secara *online* juga sangat menguntungkan bagi pelaku usaha diantaranya adalah aksesnya luas, pemasaran secara *online* juga terbilang sangat murah, menghemat waktu, dan banyak keuntungan lainnya. Agar produk Susu Kedelai Mavies

semakin berkembang dengan mengikuti *trend* dan lebih *modern* untuk menarik perhatian pelanggan dengan perlu adanya modifikasi pada desain kemasan. Oleh karena itu desain kemasan yang menarik sangatlah penting untuk mendukung dan meningkatkan minat pelanggan. Selain itu, hendaklah memperluas peluang pasar dengan cara memasarkan menggunakan *social media* seperti *facebook*, *instagram*, dll melakukan iklan/promosi, contohnya bisa menggunakan *flyer* yang diunggah melalui media *social* atau di *share* kepada banyak orang untuk meningkatkan penjualan.

Daftar Pustaka

- Kusumaningrum, Elliana. (2015). Analisa Tahapan Inovasi pada Produk Minuman Sari Kedelai Soy Fusion. AGORA. Vol 3, No. 1, (2015)
- Purnomo, Bambang,. Purnomo, Bambang, Rr,. (2017). Pengembangan Produk dan Inovasi Produk pada The Hijau Cap Pohon Kurma (Studi pada PT Panguji Luhur Utama)
- Ary, Permatadeny. N,. Johan, Andi. (2017). Perancangan dan Pengembangan Produk Kopi Untuk Meningkatkan Kualitas Pemasaran dengan Berorientasi pada Pelanggan. *Seminar Nasional Inovasi dan Aplikasi Teknologi di Industri 2017*. Malang. 4 Februari.
- Hengky, A. (2019). Strategi Pengembangan Agribisnis Produk Susu Kedelai. *Skripsi*. Bidang Pertanian. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Harsokoesoemo, H. D. (2004) Pengantar Perancangan Teknik (Perancangan Produk). Bandung: ITB.
- Poerwandari, Kristi, (2005). Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia. Jakarta : Fakultas Psikologi UI.
- Cross, N. (1994). *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design*. Inggris: John Wiley & Sons Ltd.