

Pendampingan UMKM Opak dalam Rangka Meningkatkan Nilai Tambah Produk***Facilitation of Opak MSMEs in order to increase product added value***

Fety Nurlia Muzayanah^{1,*}, Muhammad Fazza Purnama¹, Stevani Tistayulia Rodiah Sinaga¹, Rediawan Miharja¹,
Agustifa Zea Tazliqoh¹, Rabhi Fathan Muhammad¹

¹ Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, 41361, Indonesia

*E-mail korespondensi: fety.muzayanah@fe.unsika.ac.id

ABSTRACT

MSMEs have the potential to support the independent economic welfare of the community. In addition, MSMEs also have a large contribution to the Indonesian economy by absorbing 96.9% of the workforce, contributing 60.5% of GDP, and 60.0% of total national MSME investment. Unfortunately, MSMEs face common problems, namely product development, packaging and marketing digitalization. Therefore, this service activity aims to provide added value to existing products in the Opak Apik Teh Tika MSME located in Karanganyar Village, Klari District, Karawang Regency. Currently, these MSMEs are still in the process of development due to limited product variety and marketing. Through this activity, it is hoped that the Opak Apik Teh Tika MSME can be more developed and have better added value products.

Kata kunci: Digitalization; Packaging; Value Added

ABSTRAK

UMKM memiliki potensi mendukung kesejahteraan ekonomi mandiri masyarakat. Selain itu UMKM juga memiliki kontribusi yang besar pada perekonomian Indonesia dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 96,9%, kontribusi PDB sebesar 60,5%, dan total investasi UMKM Nasional 60,0%. Sayangnya UMKM menghadapi permasalahan yang umum terjadi, yaitu pengembangan produk, kemasan dan digitalisasi pemasaran. Maka dari itu kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah produk yang ada di UMKM Opak Apik Teh Tika yang berlokasi di Desa Karanganyar, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang. Saat ini, UMKM tersebut masih dalam proses pengembangan karena masih terbatasnya variasi produk dan pemasaran. Melalui kegiatan ini diharapkan UMKM Opak Apik Teh Tika dapat lebih berkembang dan memiliki nilai tambah produk yang lebih baik.

Kata kunci: Digitalisasi, Kemasan, Nilai tambah



PENDAHULUAN

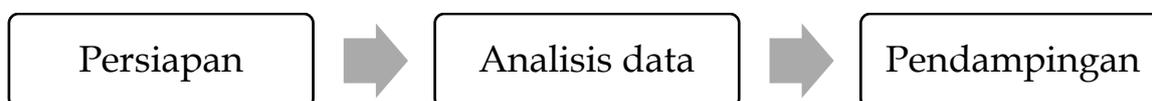
Dalam mendukung kesejahteraan ekonomi mandiri masyarakat, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting (Saputri and Mawardi 2022). UMKM secara tidak langsung telah menjadi salah satu penopang dan berperan besar dalam penekonomian Indonesia (Haryanto and Santosa 2022). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkopukm) Republik Indonesia, UMKM telah berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebanyak 96,9%, PDB sebesar 60,5%, dan total investasi UMKM Nasional 60,0%. Perkembangan UMKM nasional ini juga sebanding dengan peningkatan UMKM yang terjadi di daerah, misalnya Kabupaten Karawang. Berdasarkan data dari data.jabarprov.go.id, jumlah UMKM di Kabupaten Karawang terjadi peningkatan jumlah UMKM selama kurun waktu 2017 - 2021 sebesar 35%. Jumlah UMKM Kabupaten Karawang Tahun 2021 sebanyak 315.388 dan 60,8% merupakan UMKM bidang olahan makanan dan minuman.

Disisi lain UMKM banyak menghadapi kendala dalam pengembangan produk, kemasan dan pemasaran produk. Sehingga perlu dilakukan pengembangan inovasi produk baik dari segi variasi rasa maupun kemasan. Sebagaimana (Najib et al. 2022) yang melakukan pendampingan UMKM olahan makanan dengan memberikan desain kemasan dan melakukan survei tingkat kepentingan kemasan, teknologi tepat guna dan marketing channel yang paling optimal. Terlebih saat ini pola bisnis dalam dunia pemasaran telah berubah dari konvensional menjadi berbasis daring (Pudrianisa et al. 2023).

UMKM Opak Apik Teh Tika merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di Desa Karanganyar, Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang. Sebagian besar tanah di Desa Karanganyardigunakan sebagai tanah pertanian sehingga potensi yang ada adalah masyarakat bertani. Opak Apik Teh Tika memiliki bahan dasar beras yang dapat dimanfaatkan sebagai hilirisasi produk pertanian Desa Karanganyar. Namun saat ini UMKM Opak Apik Teh Tika masih belum berjalan optimal karena memiliki beberapa permasalahan.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pendampingan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk yang ada saat ini di UMKM Opak Apik Teh Tika. Beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Kegiatan Pendampingan

Berdasarkan Gambar 1, dapat diketahui bahwa secara garis besar kegiatan ini terdiri dari tiga tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Selanjutnya tahapan tersebut dirinci kembali menjadi berikut:

1. Persiapan

Pada tahap ini dilakukan observasi dan wawancara terkait kondisi saat ini bisnis yang dijalankan oleh UMKM Opak Apik Teh Tika. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi UMKM.

2. Analisis Data

Tahap ini dilakukan analisis data untuk menganalisis solusi apa saja yang bisa diberikan untuk menghadapi permasalahan yang dihadapi UMKM

3. Pendampingan

Pada tahap ini, dilaksanakan pendampingan untuk mengatasi permasalahan yang di hadapi UMKM sesuai hasil analisis pada tahap sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Opak Apik Teh Tika adalah sebuah UMKM yang telah eksis sejak tahun 2022. Dikelola oleh Ibu Tika dan berlokasi di Desa Karanganyar. Sasaran utama dari produk UMKM ini adalah masyarakat Desa

Karanganyar, dengan pendekatan penjualan yang unik, yakni pengambilan langsung barang ke rumah pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dapat diketahui UMKM Opak Apik Teh Tika menghadapi beberapa permasalahan, yaitu: rasa yang monoton pada opak karena produk hanya dijual dalam kondisi belum digoreng sehingga belum siap makan. Selain itu UMKM Opak Apik Teh Tika juga menghadapi permasalahan kemasan yang tidak menarik dan area pemasaran/penjualan produk yang masih terbatas. Dari hasil tersebut, selanjutnya dilakukan beberapa kegiatan pendampingan untuk membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi saat ini. Dokumentasi pada saat observasi awal dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Observasi dan Wawancara

Kegiatan pendampingan yang dilakukan terdiri dari: (1) pendampingan pengembangan produk menjadi produk siap makan dengan varian rasa yang berbeda; (2) pendampingan pembuatan logo UMKM, dan (3) pendampingan digitalisasi UMKM untuk perluasan pemasaran melalui marketplace shoope. Pada saat proses pengembangan varian rasa dilakukan *trial and error* untuk mengetahui varian rasa mana yang paling cocok untuk digunakan pada opak. Setelah dilakukan uji pasar maka ditentukan bahwa produk siap makan UMKM Opak Apik Teh Tika terdiri dari 4 varian rasa, yaitu original (kencur-asin), seledri, balado dan gula merah.

Pendampingan selanjutnya dilakukan pembuatan logo UMKM Opak Apik Teh Tika dan perubahan kemasan. Sebelum adanya pendampingan, kemasan produk masih sebatas menggubakan plastic bening biasa yang diikat pada bagian atasnya, sehingga dilakukan perubahan kemasan menjadi menggunakan plastic ziplock agar memudahkan konsumen dalam menyimpan kembali produk jika tidak habis dalam sekali makan. Gambaran sebelum dan sesudah pendampingan pengembangan produk dapat dilihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.

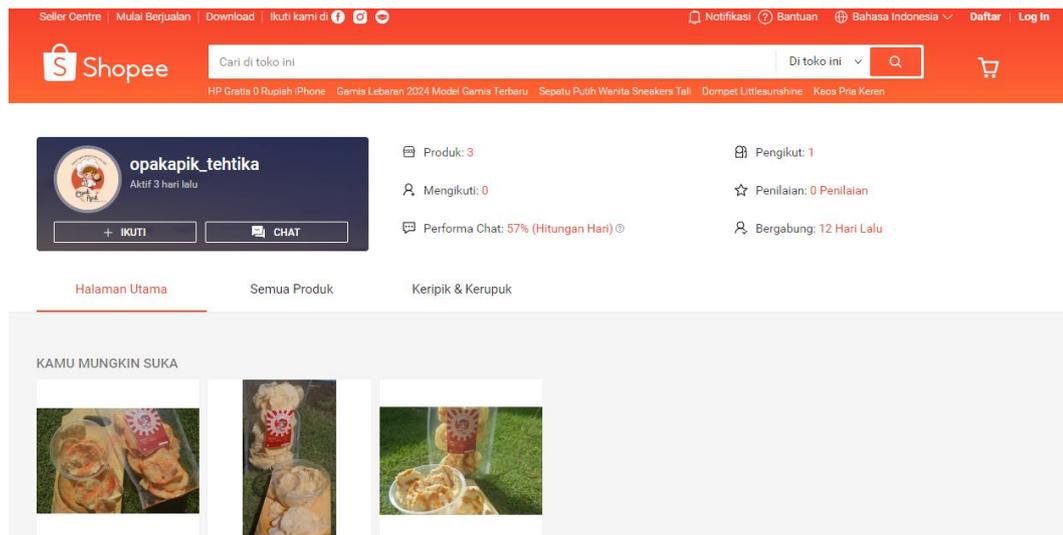


Gambar 3. Produk Sebelum pendampingan



Gambar 4. Produk Sesudah Pendampingan

Kegiatan pendampingan selanjutnya adalah digitalisasi UMKM melalui pembuatan *marketplace* untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk. Pendampingan dilakukan dalam bentuk pembuatan akun toko di *marketplace* shopee (Gambar 5) dan cara pengoperasiaanya. Mulai dari penyusunan kata pada deskripsi, cara pasang, edit iklan, penjualan, pengiriman, serta pencairan dana di *marketplace*.



Gambar 5. Akun Marketplace UMKM Opak Apik Teh Tika

KESIMPULAN

Kegiatan ini memberikan manfaat bagi UMKM Opak Apik Teh Tika dalam meningkatkan nilai produknya dari segi varian rasa, kemasan dan digitalisasi pemasaran. Produk yang sebelumnya hanya dijual mentah dikembangkan menjadi siap makan dan memiliki variasi rasa kencur, seledri, balado, dan gila merah. Kemasan saat ini telah memiliki identitas dengan adanya logo. Digitalisasi pemasaran telah dilakukan melalui *marketplace* shopee. Rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya adalah perlu dilakukan pendampingan terkait perizinan usaha dan sertifikasi halal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada KKN Universitas Singaperbangsa Karawang tahun 2024 di Desa Karanganyar dan LPPM Universitas Singaperbangsa Karawang yang telah memberikan dukungan dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryanto, Jennifer Victoria Astari, and Wahyuningsih Santosa. 2022. "Pengaruh Strategi Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Operasional Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 15(1): 63.
- Najib, Moh Farid et al. 2022. "Inovasi Desain Kemasan (Packaging) Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat." *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(1): 56–64.
- Pudrianisa, Sheila Lestari Giza et al. 2023. "Literasi Digital Marketing Dan Pemanfaatan Marketplace Dalam Pengembangan Bisnis Online Pemuda Condongcatur." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(1): 87–98.
- Saputri, Novitasari Agus, and Fahmi Dwi Mawardi. 2022. "Pendampingan Pengelolaan Umkm Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kota Batu." *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)* 3(2): 155–63.